

Katedra: Katedra tělesné výchovy
Studijní obor: B6208 Ekonomika a management
Studijní program: Management sportovní

MARKETING A EKONOMIKA NÁRODNÍ HÁZENÉ
MARKETING AND ECONOMY OF NATIONAL
HANDBALL

Bakalářská práce: 494-BP-FP-KTV-2013

Autor:

Veronika Poláčková

Podpis:

.....

Vedoucí práce:

PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, PhD.

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
43	11	2	6	9	6

V Liberci dne:

Čestné prohlášení

Název práce: MARKETING A EKONOMIKA NÁRODNÍ HÁZENÉ

Jméno a příjmení autora: Veronika Poláčková

Osobní číslo: P09000816

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložil/a elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedl/a jsem všechny systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne:

Veronika Poláčková

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika Poláčková**
Osobní číslo: **P09000816**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management sportovní**
Název tématu: **Marketing a ekonomika Národní házené**
Zadávající katedra: **Katedra tělesné výchovy**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

- analýza současné situace
- návrh na zefektivnění propagace házené v České republice
- návrh na získání nových finančních zdrojů
- návrh na získání nových návštěvníků
- návrh na zvýšení atraktivity házené

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

1. ČÁSLAVOVÁ, Eva. Management a marketing sportu. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009, 225 s. ISBN 978-807-3761-509.
2. KOTLER, Philip. Marketing management: analýza, plánování, využití, kontrola. Vyd. 1. Praha: Grada, 1998, 710 s. ISBN 80-716-9600-5.
3. NAGYOVÁ, Jana. Marketingová komunikace není pouze reklama. 1.vyd. Praha: VOX, 1999, 150s. ISBN 80-863-2400-1.
4. PELSMACKER, Patrick de. Marketingová komunikace. Praha: Grada, c2003, 581 s. ISBN 80-247-0254-1.
5. TÁBORSKÝ, František. Sportovní hry: sporty známé i neznámé. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 159 s. ISBN 80-247-0875-2.

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.
Katedra marketingu

Datum zadání bakalářské práce:

25. dubna 2012

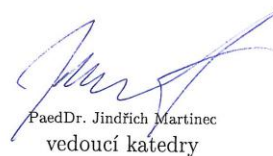
Termín odevzdání bakalářské práce:

27. dubna 2013



doc. RNDr. Miroslav Brzezina, CSc.
děkan

L.S.



PaedDr. Jindřich Martinec
vedoucí katedry

V Liberci dne 25. dubna 2012

ANOTACE

Bakalářská práce se zabývá charakteristikou národní házené. Dále pak rozborem ekonomické a marketingové situace národní házené v České republice, faktory, které ji ovlivňují a příčiny stávající situace.

Cílem práce je návrh marketingové strategie, která by pomohla získat nové finanční zdroje, nové návštěvníky a zvýšit celkovou atraktivitu národní házené.

Klíčová slova: ekonomika, marketing, národní házená, atraktivita

ANNOTATION

The bachelor thesis deals with the characteristics of the national handball. It also includes the analysis of the economic and marketing situation of the national handball in the Czech republic and factors which affect it and the causes of the current situation. The aim is to set a marketing strategy which could help attract new financial resources, new visitors and increase the overall attractiveness of the national handball.

Key words: economy, marketing, national handball, attractiveness

OBSAH

1. ÚVOD.....	7
1.1 Cíle práce.....	7
1.2 Struktura práce.....	7
1.3 Použité metody.....	8
2. MARKETING A EKONOMIKA SPORTU.....	9
3. CHARAKTERISTIKA NÁRODNÍ HÁZENÉ	
3.1 Pojem sport a házená.....	10
3.2 Historie národní házené.....	11
3.4 Základní pravidla národní házené.....	14
3.5 Organizace a řízení národní házené.....	17
3.6 Systém soutěží.....	17
4. ANALÝZA SOUČASNÉ MARKETINGOVÉ A EKONOMICKÉ SITUACE	
4.1 Marketing národní házené v současné době.....	19
4.2 Ekonomická situace národní házené v současné době	21
5. NÁVRH NOVÉ MARKETINGOVÉ STRATEGIE	
5.1 Návrh na zefektivnění propagace.....	24
5.2 Návrh na získání nových finančních zdrojů.....	25
5.3 Návrh na zvýšení atraktivity.....	29
5.3.1 Play-off jako důležitý faktor atraktivity	29
5.3.2 Výzkum.....	29
5.3.3 Nový herní systém pro sezónu 2013/2014.....	37
5.3.4 Další faktory atraktivity.....	39
6. ZÁVĚR.....	40
7. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	41
8. SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK.....	42
9. PŘÍLOHY	
9.1 Rozpočet	
9.2 Výkaz zisku a ztráty	
9.3 Rozpočet pro rok 2013	
9.4 Otevřený dopis	
9.5 Dotazník	
9.6 Počet registrovaných členů svazu národní házené	

1. ÚVOD

Vybrala jsem si téma, které se týká národní házené, protože se tomuto sportu věnuji od útlého dětství a chtěla bych tento sport vyzdvihnout na vyšší úroveň a zajistit pro něj lepší zázemí, atraktivitu pro diváky a sponzory a finanční zdroje.

Současná situace je taková, že národní házenou zná každý, kdo ji nehraje, pouze okrajově nebo si tento ryze český sport plete se známější hrou a to s mezinárodní házenou.

Z historického hlediska se nikdy nemohla a ani nebude moci srovnávat s velkými, bohatšími a komerčnějšími sporty jako jsou např. hokej, fotbal a další, protože je to amatérský sport. Každý, kdo ji hraje, to dělá ve volném čase, pro zábavu a samozřejmě zadarmo. Avšak takových amatérských sportů je v České republice mnoho, a lidé o nich vědí často více než o národní házené.

1.1. Cíle práce

Cílem práce je analyzovat současnou ekonomickou a marketingovou situaci, na jejímž základě navrhnout marketingovou strategii, která by pomohla získat nové finanční zdroje, návštěvníky a celkově zvýšit atraktivitu národní házené v České republice.

Vedlejší cíle:

- seznámení veřejnosti s tímto sportem
- formování veřejnosti ke kladným postojům k tomuto sportu
- rozšíření teoretických dovedností o již zmíněném sportu

1.2. Struktura práce

Práce je strukturovaná podle tématu deduktivním postupem, od obecného ke konkrétnímu, tzn., že postupuje od obecných faktů, všeobecných pojmů, pravidel ke konkrétnímu problému, kterým se zabývám ve své práci. Tj. sport a házená obecně, marketing a ekonomika sportu, charakteristika národní házené, současná situace marketingu a ekonomiky národní házené a návrhy na zlepšení této situace.

1.3. Použité metody

- sběr dat a práce s prameny týkající se historie národní házené a marketingu a ekonomiky národní házené,
- práce s internetovými prameny zaměřující se převážně také na historii a současnost národní házené,
- analýza materiálu, které mi poskytnul Svaz národní házené v oblasti marketingu a ekonomiky,
- vytvoření a rozeslání ankety mezi hráče národní házené a následné vyhodnocení této ankety.

2. MARKETING A EKONOMIKA SPORTU

Marketing je jedna ze základních činností managementu, je to proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a uspokojení potřeb přání zákazníků efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace. (Světlík 1994, s. 10)

V současné době se v České republice velmi zdůrazňuje pojem marketing sportu. Sportovní organizace se velmi výrazně zabývají obchodem ve sportu a je to z toho důvodu, že jim tento obchod přináší finanční prostředky pro provozování sportovních aktivit. Z toho vyplývá, že zákazníci mohou velmi výrazně ovlivnit pozitivní rozvoj sportovní organizace či obchodní organizace ve sportu. (Čáslavová 2009, s. 97)

Sportovní management

Způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, tělovýchovných jednot, družstev, které alespoň z části akcentují podnikatelsky orientované chování. (Čáslavová 2009, s. 18)

Sponzorování ve sportu

Sponzorování představuje významný specifický prostředek k zabezpečení dostatečných finančních zdrojů, které slouží k realizaci zejména kulturních, sportovních, vědeckých a dalších aktivit v různých sférách života společnosti. V tomto směru nečiní výjimku právě tělovýchovné a sportovní organizace, spolky, kluby i jednotlivci usilující o získání finančních prostředků pro jejich činnost. (Čáslavová 2009, s. 190)

Výhody sponzoringu:

- Umožňuje společností komunikovat i s tou částí veřejnosti, kterou jinak nezasáhne.
- Získávání potencionálních zákazníků v době, kdy jsou dobře naladěni.
- Zviditelnění firmy ve svém regionu.

Nevýhody sponzoringu:

- Vybere-li podnik nevhodné akce, může poškodit jeho image.
- (Čáslavová 2009, s.196,197)

Ekonomika se zabývá finančním chováním subjektů například státu, organizace či jednotlivce. Z tohoto pojmu vyplývá, že ekonomika sportu je zaměřena na hospodaření státu v závislosti na sportovní svazy, organizace a instituce a hospodaření těchto subjektů samotných. Zabývá se sportem, jako formou veřejného statku, faktory poptávky po sportu, produkční funkcí sportu a v neposlední řadě stávajícím způsobem podpory sportu z úrovně státního rozpočtu včetně všech finančních zdrojů tělovýchovných jednot a klubů.

(Novotný, 2000)

3. CHARAKTERISTIKA NÁRODNÍ HÁZENÉ

3.1 Pojem sport a házená

Pohyb je činnost, která z biomechanického hlediska nemusí vždy sloužit jen pro lokomoci člověka a jeho nutné přežití. V průběhu vývoje lidstva se pohyb stal také vyjadřovací schopností člověka, a to nejen ve smyslu komunikace, ale také zábavy. Jedna z forem zábavy člověka je také hra. Hra jako taková, je tedy tak stará jako lidstvo samo. Postupem času a s vývojem lidstva se hry staly velmi populární. Jejich soutěživé formy (můžeme již použít slova sportovní) mají své počátky v industriálních společnostech devatenáctého století. Za velmi krátkou dobu sport zaznamenal dynamický rozvoj, jenž neustále pokračuje. (Táborský 2004)

Pojmem sport se původně označovala jakákoliv zábavná (většinou pohybová) činnost, jejímž smyslem bylo příjemné vyplnění volného času. V dnešní podobě představuje sport složitý, bohatě strukturovaný jev obsahující nejen vlastní sportovní činnost, ale i zabezpečování tréninkového procesu, organizaci soutěží a řadu dalších dílčích jevů, které se kolem sportovních činností z jakýchkoliv důvodů vytvářejí. (Český svaz házené, 2009)

Pojmem házená v širším slova smyslu jsou označovány hry a sportovní hry brankového typu, ve kterých je předmětem hry míč a hlavním prostředkem hraní s míčem je jeho chytání a házení. Házenkářské sportovní hry se dělí do pěti sportovních odvětví: Národní házená, Handball, Mezinárodní házená, Miniházená a Plážová házená. (Český svaz házené, 2009)

3.2 Historie národní házené

U zrodu tohoto ryze českého sportu, který nikde jinde na světě neuvidíme, byli tři učitelé tělocviku. Prvním byl Václav Karas, který ji nazval „Vrhaná s přenášením“ a popsal ji v roce 1905 v jednom brněnském odborném časopisu. Hřiště bylo rozděleno na čtyři části. Devět hráčů, kteří nesměli ze svých čtvrtin vycházet, se snažilo vstřelit branku do zmenšených branek na kopanou. To vše pomocí dvou trojic útočníků, dvou pomeznicích obránců a brankáře. Dalším mužem, který zasáhl do vývoje národní házené byl Josef Klenka. Ten místo branek na kopanou zavedl terče. Terče byly kruhy o průměru jednoho metru, které byly umístěny na tyči asi 1,5 metru nad zemí. Kruhy byly polepeny jako šachovnice. Po každém gólu, tzn. protržením šachovnice, se kruh opět poslepoval. Později se vyměňovaly celé kruhy. Družstva se změnila na šestičlenná. Byl povolen driblink. Konečnou úpravu pravidel provedl Antonín Kryštof. Ten se opět vrátil k brankám a nazval hru házená. Rozděлил hřiště na třetiny, určil rozměr branek, vzniklo brankoviště (zpočátku obdélníkového tvaru, to se změnilo v roce 1936, kdy dostalo brankoviště současnou podobu) a počet hráčů byl stanoven na sedm. (Národní házená Miroslav, 2009)



Obrázek č. 1. A. Kryštof, druhý zleva, nacvičuje v r. 1909 házenou (NOVÁK, M. Národní házená, 2005)

V roce 1909 byla vydána první pravidla a hra se začala rozšiřovat i na Moravu. Národní házená se rozšířila dokonce i do Jugoslávie a Ruska. Sem ji přinesli studenti, kteří studovali v Praze. V Jugoslávii se hra udržela i mezi válkami. Zasluhou velkého propagátora národní házené Jaroslava Trantiny byl v roce 1920 založen Československý svaz házené a ženských sportů. Svaz měl 167 klubů s 2520 hráči a hráčkami. Tehdejší házená se hrála v sedmičkách nebo devítkách. Devítičlenná družstva byla mužská, ženská nebo smíšená. (Národní házená Miroslav, 2009)

V roce 1921 byla československá házená uznána jako mezinárodní kolektivní hra. Hra se začala rozšiřovat do dalších zemí např. Francie, Polsko, Rumunsko, Belgie. V roce 1934 byl založen Mezinárodní svaz míčových her. Československá házená byla ve svazu, který byl ovládán hlavně představiteli košíkové a handbalu. Národní házená tak ztrácela své postavení ve světě. V roce 1936 se tvar brankoviště změnil na půlkruhový s poloměrem 6m. Za Protektorátu Čechy a Morava došlo k velkému rozmachu této hry. Do svazu přicházeli lidé z rozpuštěného Sokola. O házenou byl velký zájem. (Národní házená Miroslav, 2009)

Roku 1948 začala propagace mezinárodní házené (handbalu). Mezinárodní federace míčových her dala přednost právě handbalu a v tomto roce byl v Československu ustanoven společný svaz házené a handbalu, čímž česká házená velmi utrpěla a její snahy o rozšíření na Slovensko neměly trvalého výsledku. V roce 1949 byly opět upraveny pravidla. Hra se stále zkvalitňovala. Velký důraz byl kladen hlavně na mladé hráče a hráčky. V roce 1944 se začaly hrát ligové soutěže mužů i žen a od té doby se hrají dodnes. (Národní házená Miroslav, 2009)



Obrázek č. 2. Čechy – Morava, Plzeň, 1944 (NOVÁK, M. Národní házená, 2005)

Po mezinárodních úspěších házené v šedesátých letech se česká házená dostává do pozadí. Řada oddílů české házené přešla k házené. Hráči chtěli soutěžit i na mezinárodní úrovni. Česká házená byla vymazána i ze školních osnov. 25. ledna 1971 byl přijat pro českou házenou nový název a to národní házená. (Národní házená Miroslav, 2009)

V dnešní době má národní házená jako jedna ze dvou posledních československých míčových her (ještě nohejbal) své pevné místo a je jenom na lidech, kteří tento sport provozují, zdali zajistí jeho další rozvoj a uchovají jej i pro další generace.

3.3 Základní pravidla národní házené

Národní házená je původní česká míčová hra. Vznikla v roce 1905, a tím jak se házená postupně rozvíjela, tak se i zdokonalovala její pravidla. Mezi hlavní prvky hry patří bojovnost, technika a taktika. Volnost pohybu dává předpoklady všem hráčům k uplatňování vlastní vynalézavosti při hře. Vlastní soutěžení v házené probíhá v mistrovských a pohárových utkáních. Dále jsou pořádány turnaje i přátelská utkání ve všech kategoriích, tj. mužských, ženských, dorosteneckých a žákovských.

Takovým svátkem národní házené je mezizemské utkání Čechy – Morava, pořádané jednou za rok, kde si proti sobě zahraje výběr těch nejlepších, jak v ženské, tak i v mužské kategorii.

Házená je branková sportovní hra. Družstvo na hřišti tvoří sedmičlenný kolektiv, jeden brankář, jeden obránce (bek), dva záložníci a tři útočníci, zbývající hráči jsou určeni ke střídání. Hřiště má tvar obdélníku s rozměry 45 x 30 m a je rozděleno na tři stejné třetiny (obránná, střední a útočná). Hrací doba je stanovena na 2 x 30 minut. Cílem hry je dopravit povoleným způsobem míč do branky soupeře. V utkání tedy vítězí družstvo, které dosáhlo většího počtu vstřelených branek, přičemž je možný i nerozhodný výsledek.

Útočníci se smějí pohybovat a hrát ve střední a vlastní útočné třetině hřiště, včetně prostoru soupeřova brankoviště, ze kterého však nesmějí střílet na branku. Branky je docíleno tehdy, když míč přejde celým svým objemem brankovou čáru. (Novák 2005, s. 16)

Záložníci smějí hrát ve střední a vlastní obranné třetině, kromě brankoviště a jsou označeni širokými páskami na obou rukávech. (Novák 2005, s. 16)

Obránce a brankář smějí hrát ve střední a vlastní obranné třetině, včetně brankoviště. Při chytání smí brankáři vypomáhat i obránce, ale bez aktivního použití nohou. (Novák 2005, s. 16)

Hráč smí míč držet nejdéle dvě sekundy, míč smí být vyhazován nad hlavu (nadhoz) nebo odrážen od země (klepnutí), avšak nejvýše dvakrát za sebou. Na branku se smí vystřelit jen z prostoru mimo brankoviště, je dovolena střelba s pádem, nikoliv náskok za brankoviště. Střídání hráčů je možné provést kdykoliv v průběhu hry, a to tak, že nejprve opustí plochu hráč, který má být vystřídán, a teprve potom nastoupí hráč střídající. Utkání řídí jeden rozhodčí. (Novák 2005, s. 17)

Typy hodů:

- Výhoz se provádí ze středu hřiště na začátku poločasu a po každém gólu, má povahu volného hodu a míč musí být hrán směrem dopředu nebo do strany.
- Vhazování následuje, dostane-li se míč za pomezí čáru. Vhazující hráč musí přitom stát za postranní čarou u místa, kde míč hřiště opustil.

- Rohový hod se provádí z rohového území hřiště na té straně, kde se míč dostal za soupeřovu brankovou čáru po jeho akci. Při hodu z rohu musí vždy jeden záložník nebo obránce přejít do střední třetiny, odkud se může vrátit po pokynu rozhodčího písknutím k provedení hodu.
- Hod od branky provádí brankář, jestliže se míč dostal za brankovou čáru po jeho vlastní akci při vyražení střely nebo po nevydařené akci soupeře.
- Hod rozhodčího se provádí úderem míče o zem po sporných případech přerušení hry, zvláště tehdy, když se soupeři dopustili současně stejného porušení pravidel.
- Volný hod se nařizuje hlavně za technické chyby při hraní s míčem, provádí se z místa přestupku a nemůže z něho být přímo docíleno branky.
- Trestný hod se nařizuje v těchto případech:
 - úmyslné vykopnutí, odkopnutí míče nohou mimo vlastní brankoviště,
 - vyražení nebo vytržení míče soupeři z rukou,
 - prorážení,
 - hrubost, nečistá hra vůči soupeři,
 - nesportovní chování vůči rozhodčímu, soupeři, divákům, vedení družstev, ...,
 - hra záložníka v brankovišti,
 - postavení mimo hru záložníků,
 - nedovolené bránění ve hře.
- Pokutový hod se nařizuje v těchto případech:
 - úmyslná hra obránce nebo záložníka nohou v brankovišti,
 - úmyslná hra brankáře nohou v brankovišti mimo zákroku proti střelbě na branku,
 - vyražení míče soupeři zezadu z ruky v okamžiku střelby,
 - opakované držení soupeře tělem a rukama kolem jeho těla, kolem krku, za ruce, za oděv, ...,
 - hrubé vrážení, strkání, kopání, podrážení,
 - úmyslný vstup hráče do herně zakázaného prostoru za účelem získání nesportovní výhody,
 - zalehnutí útočníka bránícím hráčem.

(Novák 2005, s. 17)

3.4 Organizace a řízení národní házené

Svaz národní házené má v současnosti celkem šest oblastí (řídí je Oblastní sportovní komise) a volený celostátní orgán VV SNH (9 členů), jejichž funkční období je čtyři roky a má pravomoc od Valné hromady SNH (nejvyšší orgán) po dobu svého volebního období řídit jak sportovní, tak ekonomickou část. Toto se děje schválením příslušného usnesení VV SNH přes celostátní komise prostřednictvím sekretariátu SNH, který sídlí v Praze. Nejsilnější zastoupení je v západočeské oblasti (34 oddílů), ve zbývajících pěti oblastech se počet oddílů pohybuje mezi deseti až čtrnácti. K 4. červenci 1998 bylo ve svazu organizováno 106 oddílů s 8852 členy, kteří se vyžívali ve 464 družstvech. V činnosti bylo 276 rozhodčích a 805 trenérů. (Novák 2005, s. 67)

Organizační řád je vydán a rozdělen dle následujícího rozpisu:

- členové VV SNH (výkonný výbor),
- členové DR SNH (dozorčí rada),
- předsedové odborných komisí při VV SNH (pokud není členem VV),
- sekretariát SNH,
- předsedové OSK (oblastní soutěžní komise),
- předsedové KSK (krajská soutěžní komise),
- 1x oddíly, kluby, kroužky sdružené v SNH.

(Svaz národní házené, 2005)

3.5 Systém soutěží

Národní házená rozlišuje tyto věkové kategorie:

- mladší žactvo (do 12 let)
- starší žactvo (do 15 let),
- dorost (do 18 let),
- dospělý (nad 18 let).

V mládežnických kategoriích (tj. mladší žactvo, starší žactvo a dorost) se hraje dlouhodobá soutěž v podobě oblastního přeboru systémem podzim- jaro. Po skončení dlouhodobé soutěže postupují vítězové jednotlivých oblastí na Mistrovství České

republiky, kde se utkávají o titul Mistra České republiky. Družstva na druhých místech postupují na Pohár České republiky, kde hrají o další umístění.

V kategorii dospělých se hraje také dlouhodobá soutěž v podobě oblastního přeboru, v západočeské oblasti je navíc v mužské soutěži pod oblastním přeborem ještě první třída. V kategorii žen se vítězové jednotlivých oblastí utkávají v kvalifikaci o první ligu, přičemž první dva týmy postupují do první ligy a nahrazují tak poslední dva týmy v prvoligové tabulce. U mužských složek se vítězové oblastních přeborů automaticky kvalifikují do druhé ligy a nahrazují tak poslední tři celky v druholigové tabulce. Zvláštností hracího systému národní házené je existence dvou druhých lig, kdy v rámci ekonomické výhodnosti jsou celky rozděleny na část západní a východní. Západní část hrají oblasti: západočeská, středočeská a severočeská a východní část hrají oblasti: východočeská, jihomoravská a severomoravská. Vítězové obou druhých lig postupují do první ligy a nahrazují tak poslední dva celky v první lize, které automaticky sestupují právě do druhé ligy.

Vrcholem první ligy mužů i žen je play-off.

Na konci každé sezóny se hraje mezizemské utkání Čechy – Morava, kde proti sobě nastupují výběry nejlepších hráčů a hráček národní házené.

Mezi podzimní a jarní částí sezóny je sezóna halová, kdy probíhá v mládežnických kategoriích turnaj o vítěze poháru České republiky.

V kategorii dospělých probíhá Český pohár, který má několik kol, u žen je to čtvrtfinále, semifinále a finále. U mužů je ještě základní kolo a osmifinále.

V první lize žen hraje 12 týmů, z toho 10 českých (SK Chomutov, Sokol Dobruška, HK Hlinsko, Sokol Tymákov, Sokol Krčín, TJ Přeštice, TJ Šroubárna Žatec, TJ Spojie Praha, TJ Spartak Modřany, Sokol Blovice) a 2 moravské (TJ Sokol Rokytnice, SK Studénka). V mužské prvoligové soutěži je také 12 družstev, z nichž je 7 z Čech (TJ Sokol Krčín, TJ DIOSS Nýřany, TJ Plzeň Újezd A, TJ Avia Čakovice, Sokol Tymákov, TJ Sokol Opatovice nad Labem, TJ Sokol Nezvěstice) a 5 z Moravy (1.NH Brno, Sokol Svinov, TJ Stará Ves nad Ondřejnicí, SK Studénka, SSK Vítkovice).

Národní házená se hraje jak ve velkých městech jako je Praha, Brno, Ostrava a Plzeň, tak i v těch menších např. Hlinsko, Nýřany, Rokytnice, atd.

4. ANALÝZA SOUČASNÉ MARKETINGOVÉ A EKONOMICKÉ SITUACE

V této kapitole se budu zabývat současnou situací marketingu a ekonomiky národní házené.

4.1 Marketing národní házené v současné době

V současné době je marketing národní házené řešen z větší části individuálně v rámci jednotlivých klubů. Informace o odehraných zápasech zasílají některé kluby v rámci své propagace do regionálních deníků. Chybí informovanost o zápasech první ligy žen a mužů v celostátních denících. Ještě horší situace panuje na poli televizních přenosů. Chybí koncepce spolupráce s Českou televizí.

Co se týče regionálních televizí, tam jsou vysílání nepravidelná a zajišťují si je kluby samy. Spolupráce s rádií je nulová.

Většina klubů má své internetové stránky, kde informují o průběhu sezóny, o zápasech, které se konají a o již odehraných zápasech. Svaz má také své oficiální internetové stránky, kde najdeme základní stanovy, pravidla, historii, formuláře, strukturu svazu, kalendář akcí, rozpis a výsledky soutěží, konečné tabulky, pořadí, tabulky střelců a další informace vydávané svazem.

Pozvánky formou plakátů na jednotlivá utkání a akce pořádané oddílem dané obce či města si opět řeší kluby sami podle svého uvážení a svých finančních prostředků. Oddíly převážně šetří na této propagaci a proto je informovanost o utkáních velice nízká.

Podle informací ze svazu je oslovováno velké množství firem s žádostí o spolupráci a možností sponzoringu, za účelem získání potřebných finančních zdrojů pro chod a rozvoj národní házené. Úspěšnost je však velmi mizivá. Firmy raději sponzorují silnější a komerčnější sporty, jako je třeba fotbal nebo hokej, na které chodí více diváků, protože tak mají větší možnosti propagace své společnosti.

SWOT analýza

Je to typ strategické analýzy stavu firmy, podniku či organizace. Název metody SWOT je odvozen od anglických slov Strengths (silné stránky), Weaknesses (slabé stránky), Opportunities (příležitosti) a Threats (nebezpečí, hrozby). Silné stránky a slabé stránky jsou faktory vnitřní konkurenceschopnosti. Příležitosti a nebezpečí představují vliv vnějšího okolí. Poskytuje podklady pro formulaci rozvojových směrů a aktivit, podnikových strategií a strategických cílů. (Středoevropské centrum pro finance a management, 2005)

Tabulka č. 1. Swot analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Tradičnost sportu• Široká členská základna, která se zejména přenáší z generace na generaci	<ul style="list-style-type: none">• Intenzita a kvalita propagace• Kvalita managementu• Finanční možnosti• Atraktivita
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">• Oslovení nových partnerů• Možnost získání nových členů• Stanovení nových marketingových strategií	<ul style="list-style-type: none">• Pozice na trhu• Silná konkurence• Příjmy• Narůstající nezájem členů

Zdroj: vlastní zpracování

Marketing vybraného klubu (TJ Sokol Krčín)

Oddíl TJ Sokol Krčín se nachází ve východních Čechách v Novém Městě nad Metují. Národní házená se zde hraje od roku 1944. Přesto, že to je malé město, zájem o sport je zde vysoký. Hokej, fotbal, atletika a tenis nejsou výjimkou, ale i tak se na hřiště národní házené schází téměř 200 nadšenců. Popularita národní házené je dlouhodobě založena na dobrých výsledcích ve všech kategoriích. Jako jeden ze tří oddílů (spolu s SK Studénka a Sokolem Tymákov) se může pyšnit účastí ženského i mužského týmu v nejvyšší soutěži. Mezi největší úspěchy patří vítězství v první lize žen i mužů v posledních letech. Dlouhodobých úspěchů dosahují také mládežnické celky, které každoročně dosahují vynikajících výsledků na Mistrovstvích ČR.

Zviditelnění tohoto klubu je založeno především na propagaci zápasů první ligy žen i mužů, kterých se pravidelně účastní stovky diváků. Oddíl o jednotlivých zápasech

informuje pomocí plakátů umístěných po celém městě a jeho okolí. Mezi další informační kanály patří vlastní vývěsní skřínky, kde jsou uváděny zprávy z jednotlivých zápasů, internetové stránky www.sokol-krcin.cz a v neposlední řadě také pravidelné příspěvky do náhodského Deníku.

Atraktivitu zápasů první ligy žen i mužů zvyšují slevovatelné vstupenky, z nichž jsou vylosováni v průběhu přestávky tři diváci, kteří získají hodnotné ceny od některých sponzorů.

Generálním partnerem oddílu TJ Sokol Krčín je společnost LM Asistent, která klub podporuje nejen finančními ale i materiálními prostředky. Mezi další významné partnery patří společnosti Penopol, Alurol, Nutricia Deva, Petruželka, a další.

4.2 Ekonomická situace národní házené v současné době

V této části práce se budu zabývat rozбором současné ekonomické situace Svazu národní házené na základě níže uvedených upravených tabulek. Tabulky v kompletním znění se nacházejí v příloze této práce.

Tabulka č.2 Výňatek z rozvahy k 31.12. 2012 (příloha č. 9.1)

Aktiva	1 022 154,92
Pasiva	1 022 154,92
Zisk/Ztráta	291 015,57

Zdroj: podklady SNH

Tabulka č. 3 Výňatek z výkazu zisku a ztráty k 31.12. 2012 (příloha č. 9.2)

Výnosy	4 107 812,97
Náklady	3 816 797,40
Zisk/Ztráta	291 015,57

Zdroj: podklady SNH

Tabulka č. 4 Vybrané nákladové položky rozpočtu pro rok 2013 (příloha č. 9.3)

Nákladové položky 2013				
		skutečnost	Rozpočet	Skutečnost
FŘ SNH	název výdaje	2012	2013	2013
1	personální náklady	0,00	283 200,00	
2	Telefony	0,00	50 000,00	0,00
3	Služby	0,00	27 000,00	0,00
4	Zařízení	0,00	9 500,00	0,00
5	Sekretariát	0,00	120 000,00	0,00
6	Registrace	0,00	5 000,00	0,00
7	péče o členy	0,00	2 500,00	0,00
8	Výstroj	0,00	6 000,00	0,00
9	Propagace	0,00	5 000,00	0,00
10	daně státu od SNH	0,00	0,00	0,00
11	schůze VV+rozšířené	0,00	95 000,00	0,00
12	schůze hnutí	0,00	90 000,00	0,00
13	schůze komisí	0,00	54 000,00	0,00
14	schůze komisí	0,00	30 000,00	0,00
15	schůze komisí	0,00	30 000,00	0,00
16	Časopis Házenkář	0,00	0,00	0,00
17	met.materiály, tiskopisy	0,00	60 000,00	0,00
18	ligové semináře	0,00	75 000,00	0,00
19	školení,semin. tren.	0,00	0,00	0,00
20	školení,semin. rozh.	0,00	0,00	0,00
21	VTJ + J	0,00	95 000,00	0,00
22	lig.rozhodčí a delegáti	0,00	772 000,00	0,00
23	soutěže mládeže	0,00	547 000,00	0,00
24	kvalifikace žen	0,00	5 000,00	0,00
25	ČP - dospělých fin.	0,00	45 000,00	0,00
26	soutěže dospělých	0,00	155 000,00	0,00
27	Házenkář roku	0,00	30 000,00	0,00
28	dotace OSK - činnost	0,00	217 800,00	0,00
29	dotace oddílům	0,00	927 600,00	0,00
	CE - Náklady	0,00	3 736 600,00	0,00

Zdroj: podklady SNH

Tabulka č. 5 Vybrané příjmové položky rozpočtu pro rok 2013 (příloha č. 9.3)

Příjmové položky 2013				
		skutečnost	Rozpočet	Skutečnost
	název příjmy	2012	2013	0
30	SAZKA-MŠMT	0,00	1 350 000,00	0,00
31	ostatní příjmy	0,00	1 776 000,00	0,00
32	příspěvky z FŘ SNH	0,00	795 000,00	0,00
	CE – Příjmy	0,00	3 921 000,00	0,00

Zdroj: podklady SNH

Tabulka č. 6. Hospodářský výsledek (příloha č. 9.3)

		Skutečnost	Rozpočet	Skutečnost
		2012	2013	2013
	CE - Náklady	0,00	3 736 600,00	0,00
	CE – Příjmy	0,00	3 921 000,00	0,00
	Hospodářský výsledek	0,00	184 400,00	0,00

Zdroj: podklady SNH

Na základě prostudovaných podkladů jsem zjistila, že majetek SNH má nulovou účetní hodnotu, což znamená, že z účetního pohledu byl všechn majetek již odepsán.

V roce 2012 činily největší příjmovou položku dotace z MŠMT. Mezi další významné položky na straně příjmů patřily členské příspěvky a příspěvky jednotlivých oddílů na rozhodčí. Celkové výnosy loňského roku dosáhly 4 107 812,97 Kč.

Výdaje na cestovné, dotace jednotlivým oddílům, náhrady rozhodčím a mzdové náklady tvoří největší nákladové položky loňského roku. Celkové výdaje činily 3 816 797,40 Kč. Z toho vyplývá, že zisk SNH v roce 2012 dosáhl 291 015,57 Kč.

Rozpočet pro rok 2013 je koncipován v podobné výši jako v roce 2012.

5. NÁVRH NOVÉ MARKETINGOVÉ STRATEGIE

Nová marketingová strategie by se měla týkat především zefektivnění propagace národní házené, získávání finančních zdrojů a zvýšení atraktivity.

5.1 Návrh na zefektivnění propagace

Propagace ve sportu je jeden z nástrojů marketingového mixu, kde vzniká vztah mezi sportovním klubem a divákem. Snaha sportovního klubu je převést sdělení do srozumitelné formy pro diváky, kde množství informací ve sdělení závisí na formě komunikace, na příjemci a na charakteru sdělení.

Propagace národní házené by měla být zefektivněna hlavně v oblasti reklamy pomocí televizních přenosů, novin, internetu, rádiových vysílání a plakátů.

Navrhla bych koncepci spolupráce s Českou televizí, kde by mohli být pravidelné reportáže z některých utkání nejvyšší soutěže a průběžné tabulky. Třeba v pořadu Sport v regionech, který se zabývá méně známými sporty z různých regionů České republiky nebo v pořadu Timeout, který je zaměřen na míčové sporty, jako je volejbal, basketbal a házená. Také by zde mohly být výjimečné reportáže z vrcholných akcí, jako je finále Českého poháru nebo mezizemská utkání Čechy – Morava.

Podobná spolupráce by mohla být i s regionálními televizemi.

Dále je potřeba spolupracovat i s celostátními deníky, kde by se mohly objevovat články o odehraných ligových zápasech mužů a žen a upoutávky na příští zápasy.

Vzhledem k tomu, že oblast spolupráce s rádií je v současné době nulová, určitě by stálo za to pokusit se oslovit rádio Hey. Protože je to první sportovní rádio v Čechách a na Moravě, mohla by se strategii vést skrze tradičnost tohoto sportu. V rádiových vysíláních by se mohly objevovat upoutávky na jednotlivé zápasy nejvyšších soutěží.

Na internetových stránkách by se měla rozšířit informovanost o zápasech pomocí online zpravodajství z jednotlivých zápasů. V současné době tato forma zpravodajství funguje pouze výjimečně, ale bylo by dobré docílit v této oblasti pravidelnost.

5.2 Návrh na získání nových finančních zdrojů

Hlavním prostředkem k zabezpečení finančních zdrojů Svazu národní házené je Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy s částkou přesahující jeden milion korun. Dalším významným zdrojem příjmu jsou sponzorské příspěvky. Pro rok 2013 se v této oblasti předpokládá příjem ve výši 50 tisíc korun (viz. příloha č. 9.3). Dle mého názoru výše této částky vystihuje ne úplně ideální strategii pro získávání těchto finančních zdrojů. I přesto, že národní házená je malým sportem, jsem přesvědčena, že při kompletní změně marketingové strategie celého hnutí by se mělo podařit podstatné navýšení příjmů ze strany sponzorů. Vzhledem k tomu, že národní házená je ryze český sport, zacílila bych oslovování případných sponzorů na společnosti angažující se v podpoře českých tradic. Na základě provedeného průzkumu se k podpoře českého sportu hlásí řada významných firem, mezi které například patří skupina Agrofert, Škoda Auto a.s., Česká pojišťovna a.s. Pro tyto a další společnosti by měl být vytvořen komplexní návrh pro možnou spolupráci, který by obsahoval představení Svazu národní házené a návrh protivýkonů, které je Svaz ze své strany schopen nabídnout. Součástí návrhu by měl být také mediální plán, který by v sobě zahrnoval spolupráci s celostátními a lokálními rádiovými stanicemi, spolupráci s tiskem a novými médii (internet, sociální sítě apod.). Svaz by se mohl inspirovat například florballem, který byl před pár lety sportem několika nadšenců a v současné době díky dobře zvolené marketingové strategii se jedná o moderní sport s neustálým přílivem nových členů, klubů a především finančních zdrojů.

Jednou z možných cest jak zviditelnit národní házenou mezi ostatními sporty je nalezení generálního partnera, který by poskytl svou značku nejvyšším ligovým soutěžím. Tímto způsobem již existuje fotbalová Gambrinus liga, ve florbalu AutoCont extraliga, Mattoni NBL a řada dalších. Vstup generálního partnera by znamenal větší propagaci národní házené v médiích a tím i usnadnění komunikace s dalšími potencionálními partnery.

Špatnou marketingovou koncepci SNH vystihuje nízký příjem z reklam (viz. příloha č. 9.2), kde celková roční výše příspěvku z reklamy (150 000 Kč) odpovídá reklamním příjmům jednotlivých klubů.

V tomto směru by bylo dobré zaměřit se na vrcholné akce, které SNH pořádá (Mistrovství ČR, Poháry ČR, Mezizemská utkání, atd.). Jak je patrné, většina oddílů

si dokáže své reklamní příjmy zajistit samostatně, a proto SNH by měl svou propagaci směřovat na globální akce a propagaci národní házené jako celku.

V průběhu dokončování mojí práce došlo na Svazu národní házené (SNH) k velkým změnám v oblasti marketingu a to konkrétně v oblasti získávání nových finančních zdrojů.

Výkonný výbor SNH uzavřel sponzorské smlouvy s firmami zaměřenými mimo jiné i na tento Svaz. Vzhledem k celkově finanční situaci, která svaz národní házené již delší dobu sužuje se SNH rozhodl využít spolupráce s firmou ADIDAS prostřednictvím společnosti HZH Sport, se společností SPORT PROTECTION a s LM Asistent, s. r. o.

Spolupráce se společností HZH Sport

ADIDAS se prostřednictvím společnosti HZH Sport stane partnerem Svazu národní házené

HZH ZAJISTÍ

- Propojení HZH stránek a SNH na teamwear katalog + doplňky.
- Plně funkční e-shop hzhsport.cz pro využití klubových karet.
- Výrobu banerů pro umístění na ligová hřiště a místa akcí pořádaných SNH.
- Vstup do e-shop teamwear pro oddíly SNH a jejich rozlišení.
- Výroba bannerů pro umístění na stránky SNH pro vstup do e-shop teamwear .
- Reklamní logo pro umístění na stránky jednotlivých klubů pro vstup na e-shop hzhsport.cz.
- Zajištění slevových kartiček v minimálním počtu 30 ks na klub.
- Kontaktní osobu pro SNH a oddíly, které budou mít podepsaný dodatek s HZH.
- Podepsání dodatků s vybranými oddíly do stanoveného termínu.
- Dohodu o spolupráci se společností Gala ohledně centrální distribuce míčů pro národní házenou (cena bude jednotná pro všechny oddíly SNH). (Svaz národní házené, 2005)

SNH ZAJISTÍ

- Propojení internetových stránek SNH na stránky HZH teamwear katalog + doplňky.

- Informovanost všech oddílů SNH v dohodnuté struktuře, termínu a četnosti.
- Propagaci značky adidas, HZH a vzájemné spolupráce ve svých tiskových materiálech a všech.
- Komunikaci směrem k oddílům SNH
- Zajištění umístění reklamních bannerů adidas a HZH na všech akcích pořádaných SNH.
- Seznam všech akcí pořádaných SNH včetně termínu a lokality.
- Průběžnou fotodokumentaci z pořádaných akcí, ze které bude zřejmé plnění PSC kontraktu.
- Účast zástupce společnosti HZH na pořádaných akcích pro oddíly (např. ligové semináře, valné hromady apod.).
- Koordinaci a spolupráci s HZH a Gala ohledně centrální distribuce míčů, zejména pak materiálový vývoj a cenotvorba. (Svaz národní házené, 2005)

Spolupráce se společností SPORT PROTECTION

Marketingový plán Sport Protection – SNH

- Projekt Sport Protection je zaměřen na ochranu zdraví sportovců všech úrovní.
- V rámci tohoto projektu se snažíme navázat spolupráci s členy SNH a tímto způsobem je oslovit a zaujmout.
- Jsme schopni nabídnout členům SNH velmi výhodné úrazové připojištění a s tím spojený tzv. sportovní balíček, který obsahuje slevy do sportovních center, na sportovní výživu a mnoho dalšího.
- Nabízíme sportovní úrazové připojištění v hodnotách od 500 do 1000Kč.
- Díky tomuto úrazovému připojištění člen získá pojistnou ochranu jak při sportu tak v běžném občanském životě. (Svaz národní házené, 2005)

Výhody pro SNH

- Nulové finanční závazky vůči projektu Sport Protection.
- Uznání v očích házenkářské veřejnosti ve snaze hledání finančních prostředků pro národní házenou a zajištění odpovídajícího krytí pro hráče, protože rámcové pojištění mezi ČSTV a Kooperativou není zdaleka dostačující a v případě,

že se hráč při házené zraní a nemůže jít do práce, ušlí příjem mu nikdo nenahradí.

- Možnost dlouhodobé spolupráce – Sport Protection liga.
- Jako protiúčet, za možné finanční prostředky odeslané projektem Sport Protection, požaduje SNH propagaci do oddílů, marketingovou podporu, svolení k umisťování letáků, bannerů a jiných propagačních materiálů na akce, které jsou pod hlavičkou SNH. (Svaz národní házené, 2005)

Výhody pro oddíly

- Oddílu, ve kterém je zaregistrovaný hráč, který využije služeb Sport Protection, náleží za každou uzavřenou smlouvu přes projekt Sport Protection, jedno měsíční pojistné.

Dospělí : 1000.- Kč

Mládež: 500.-Kč

Tudíž jedno měsíční pojistné z každé smlouvy. Tato částka bude oddílům vyplacena v podobě výrobků Adidas (dresy, boty, doplňky pro házenou) nebo výrobků od firmy Gala (míče).

- Hráči jsou kryti proti zraněním a nemusí mít obavy, že v případě zranění při národní házené a pracovní neschopnosti, přijdou k finanční újmě.
- Případně se lze domluvit na financování turnajů mládeže. (Svaz národní házené, 2005)

Spolupráce s firmou LM Asistent, s. r. o.

Svazu národní házené se opět podařilo získat sponzorský dar od firmy LM Asistent, s. r. o.

Společnost LM Asistent, s. r. o. byla založena v roce 2005. Hlavní obchodní činnost zahrnuje především:

- mimosoudní a soudní vymáhání pohledávek,
- vedení účetnictví a daňové evidence,
- daňové poradenství,
- ekonomické poradenství. (Svaz národní házené, 2005)

5.3 Návrh na zvýšení atraktivity

Atraktivita v marketingu je určitá přitažlivost produktu, která ho činí pro zákazníka natolik zajímavým, aby ho přiměla ke koupi.

V této kapitole se budu zabývat problematikou atraktivity národní házené. Dlouhodobým problémem národní házené je malá návštěvnost zápasů a vysoký odliv hráčů k populárnějším sportům. To má za následek postupný úbytek registrovaných členů a s tím spojený úbytek klubů. V roce 1998 bylo 8852 registrovaných členů ve 106 oddílech, k 31. prosinci 2012 je to 8533 členů v 81 oddílech a z toho pouze 2672 dětí. Můžeme to dávat částečně za vinu tomu, že se tento sport hraje pouze v České republice, ale právě proto bychom neměli dopustit, aby jeho úroveň i nadále klesala.

5.3.1 Play-off jako důležitý faktor atraktivity

Play-off je specifická část herního systému, která rozhoduje o vítězi v dané soutěži. Do nadstavbové části jsou zařazena družstva na prvním až osmém místě v konečné tabulce základní části, které bojují o konečné pořadí na 1. – 8. místě. Jednotlivé série play-off se hrají ve čtvrtfinále a semifinále na dvě utkání. Série play-off ve finále se hrají na dvě vítězná utkání. Z poražených družstev v semifinále obsadí celkové třetí místo to z družstev, kterému bude patřit lepší umístění po základní části.

Je to vrcholná část sezóny, která podle mých zkušeností, velice zvyšuje návštěvnost fanoušků na utkáních. Právě na finále první ligy se sjíždějí nadšenci z celé České republiky, pro které je to jeden z nejatraktivnějších okamžiků celé sezóny.

5.3.2 Výzkum

Provedla jsem výzkum mezi aktivními hráči národní házené, abych zjistila, pro koho je zrušení play-off žádoucí a pro koho nikoliv. Zároveň jsem se dozvěděla, jaké jsou záporné a kladné aspekty play-off a jak by mohl systém vypadat, aby byl pro většinu hráčů vyhovující.

Dotazník jsem poslala pomocí e-mailu aktivním hráčům národní házené z různých oblastí České republiky. Vrátilo se mi 50 odpovědí. Respondenti byli vybráni

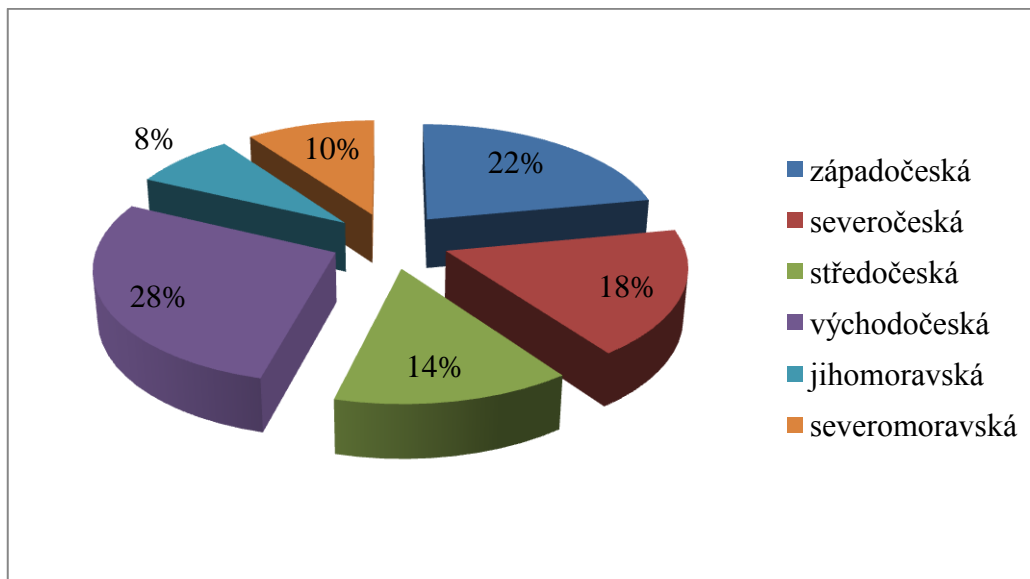
náhodným způsobem. Co se týče pohlaví a věku respondentů, vyplněný dotazník poslalo 22 žen a 28 mužů v různých věkových kategoriích, nejvíce jich bylo ve věku 18 - 40 let.

První část dotazníku byla sestavena z uzavřených otázek, kde měli respondenti na výběr dvě a více odpovědí. Druhá část byla sestavena z polozavřených otázek, kde bylo na výběr z tří variant odpovědí a existovala i možnost jiné odpovědi, kterou respondenti sami vypsali. Nakonec se mohli vyjádřit k tomu, jak by mohl vypadat nový herní systém.

Vyhodnocení výzkumu.

Podářilo se mi shromáždit 50 vyplněných dotazníků. Poté přišlo na řadu zpracování těchto dotazníků na počítači a jejich jednoduché statistické vyhodnocení. Výsledky odpovědí na otázky z dotazníku znázorňují grafy.

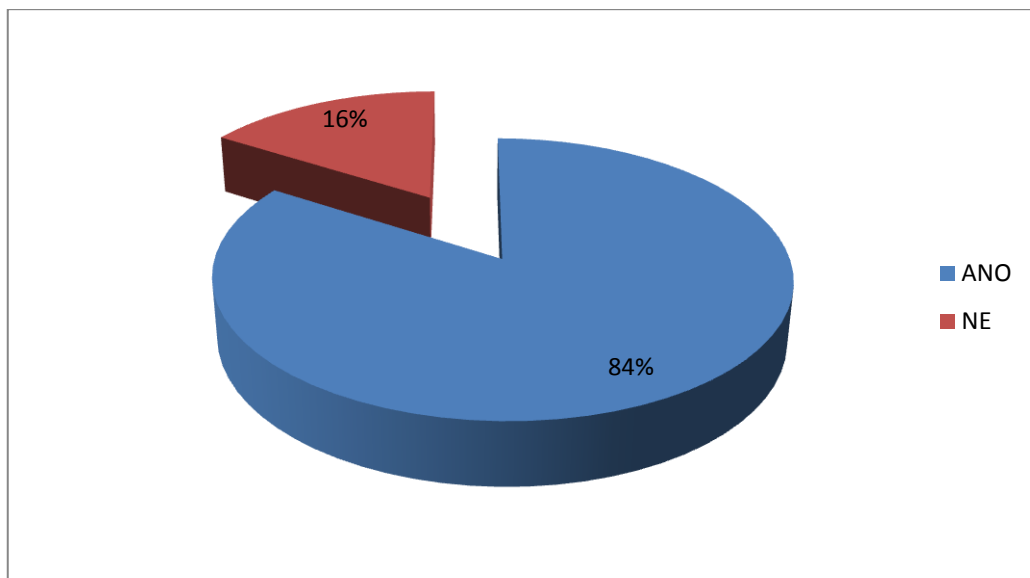
Národní házenou hraji v oblasti:



Graf č. 1: Graf znázorňuje procentuální poměr odpovědí podle oblastí působení respondentů.

Nejvíce respondentů bylo z východočeské oblasti, ve větším procentu byla zastoupena oblast západočeská, severočeská a středočeská a nejméně respondentů bylo z oblasti jižní a severní Moravy.

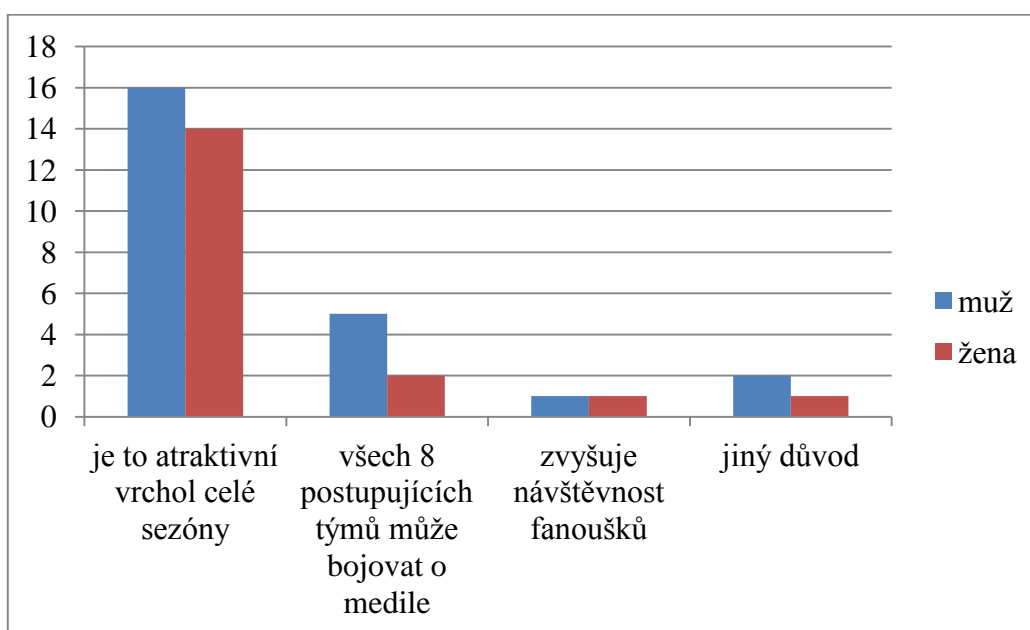
Jste pro zachování play-off v národní házené?



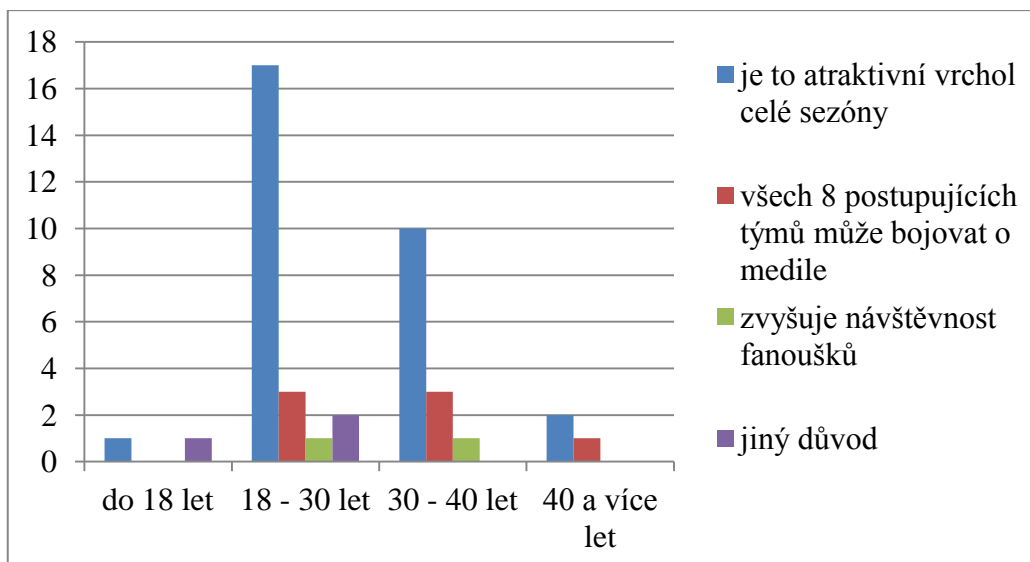
Graf č. 2: Graf znázorňuje procentuální poměr všech odpovědí.

Z grafu je zřejmé, že 84% respondentů je pro zachování play-off.

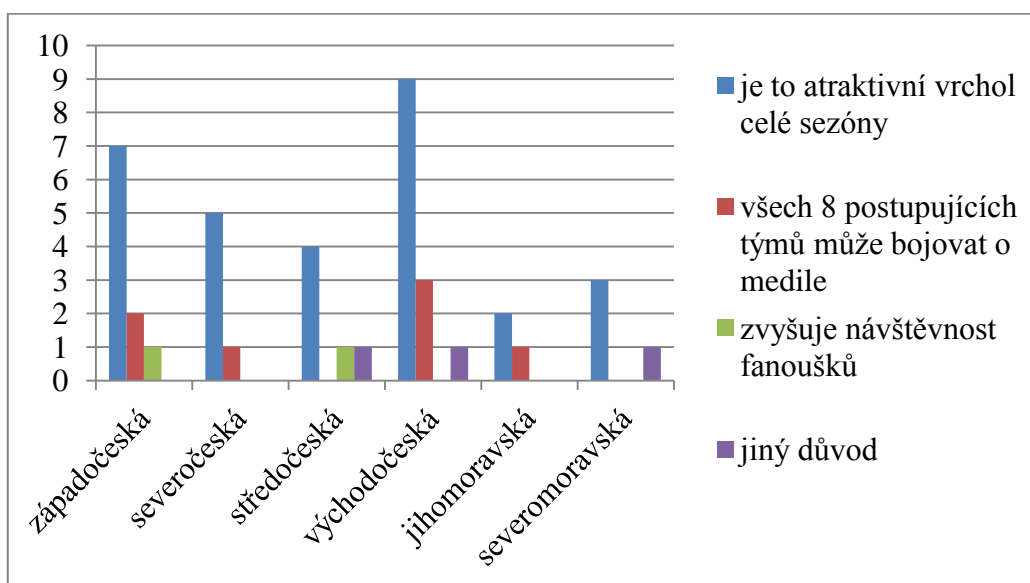
ANO: Jsem pro zachování play-off, protože:



Graf č. 3: Grafické znázornění důvodů pro zachování play-off, rozdělené na muže a ženy.



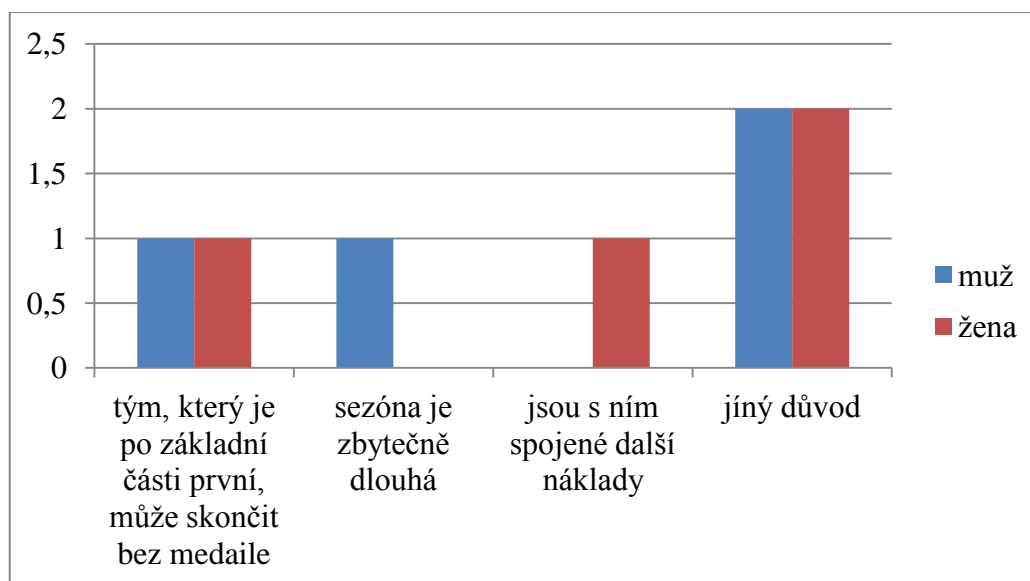
Graf č. 4: Grafické znázornění důvodů pro zachování play-off rozdělené podle věku respondentů.



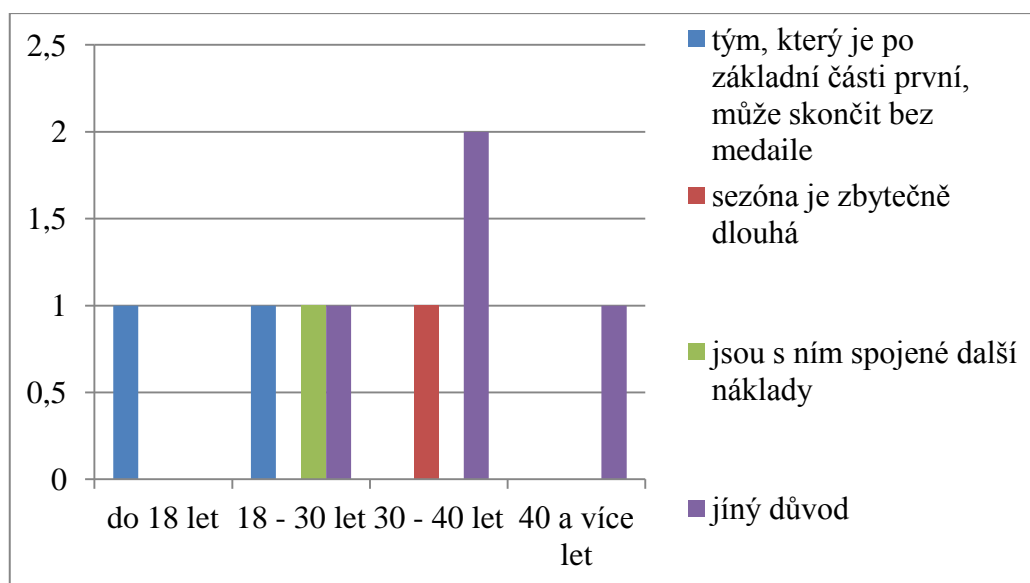
Graf č. 5: Grafické znázornění důvodů pro zachování play-off rozdělené podle oblasti působení respondentů.

Z 50 respondentů je 42 pro zachování play-off a to hlavně proto, že je to atraktivní vrchol celé sezóny, který láká sponzory, fanoušky a z hlediska marketingu je to nejdůležitější, co může národní házená nabídnout partnerům a médiím.

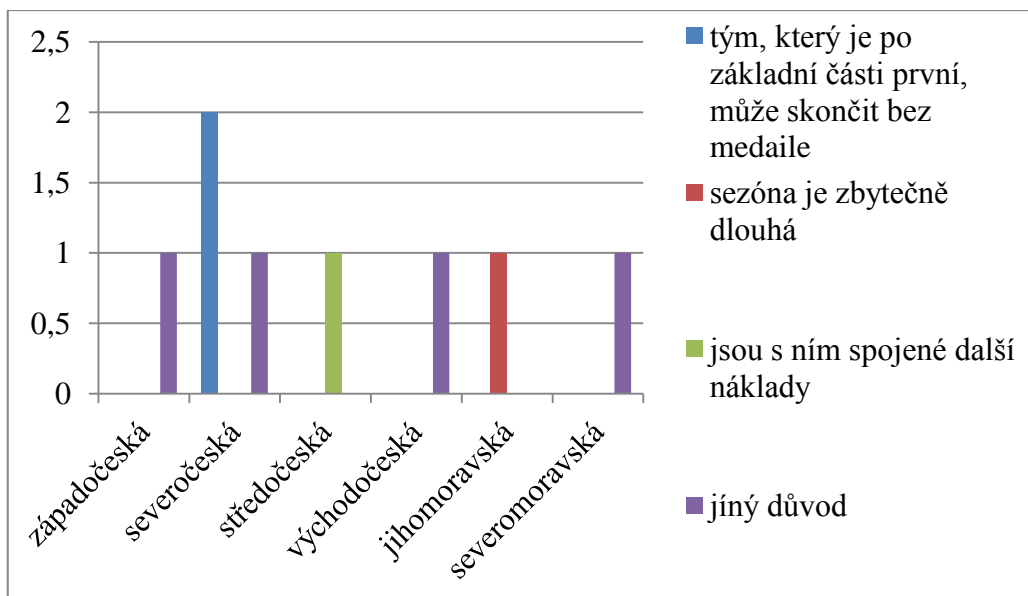
NE: Nejsem pro zachování play-off, protože:



Graf č. 6: Grafické znázornění důvodů pro zrušení play-off, rozdělené na muže a ženy.



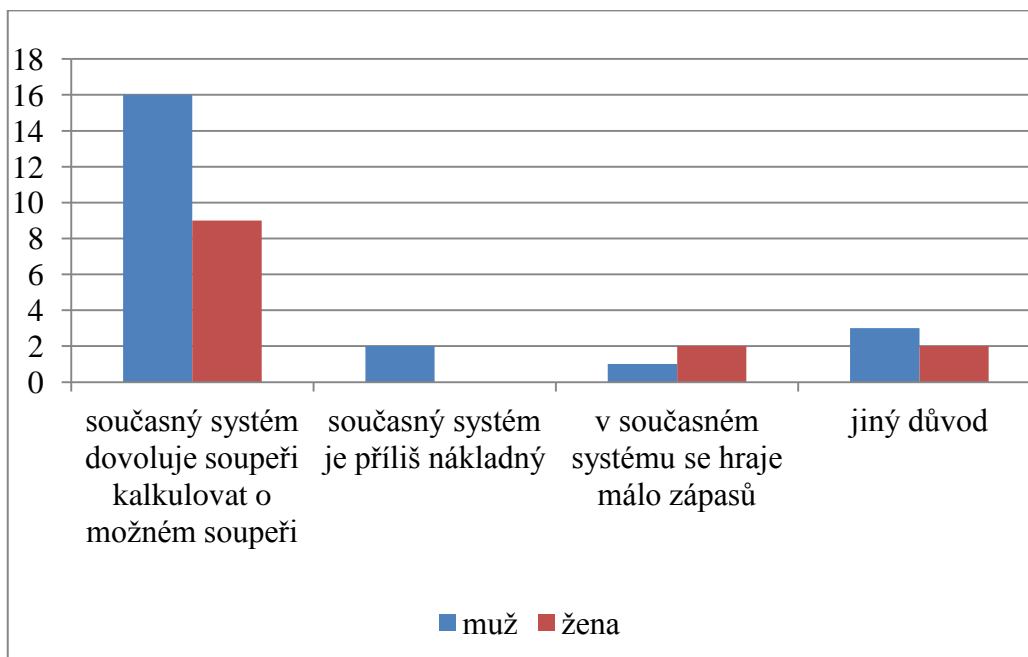
Graf č. 7: Grafické znázornění důvodů pro zrušení play-off rozdělené podle věku respondentů.



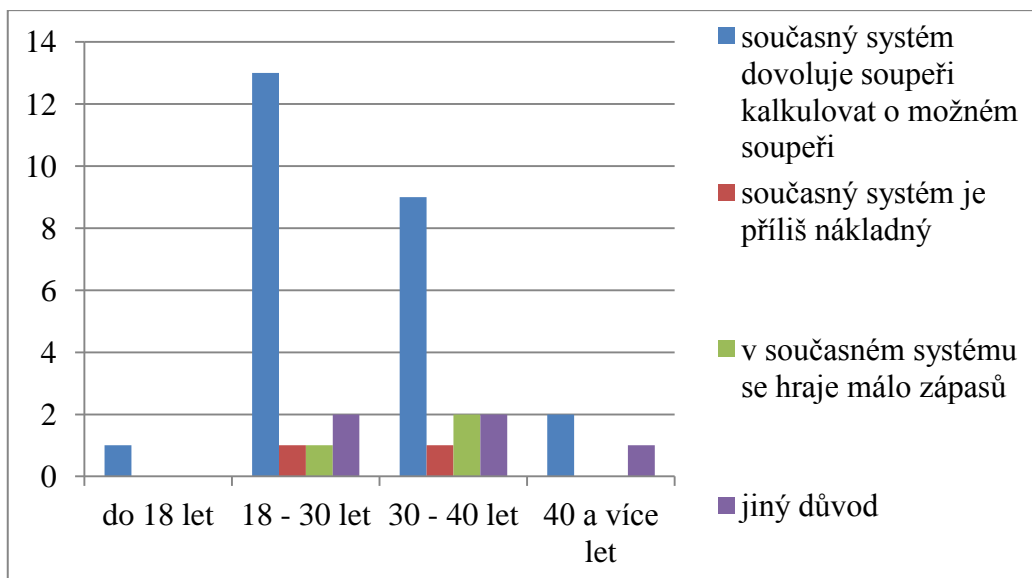
Graf č. 8: Grafické znázornění důvodů pro zrušení play-off rozdělené podle oblasti působení respondentů.

8 respondentů je pro zrušení play-off, protože úroveň v průběhu základní části klesá. Pro družstva není každý zápas tak důležitý a soustředí se pouze na zápasy play-off. Také jsou s ním spojeny další náklady a sezóna se tím prodlouží o několik týdnů.

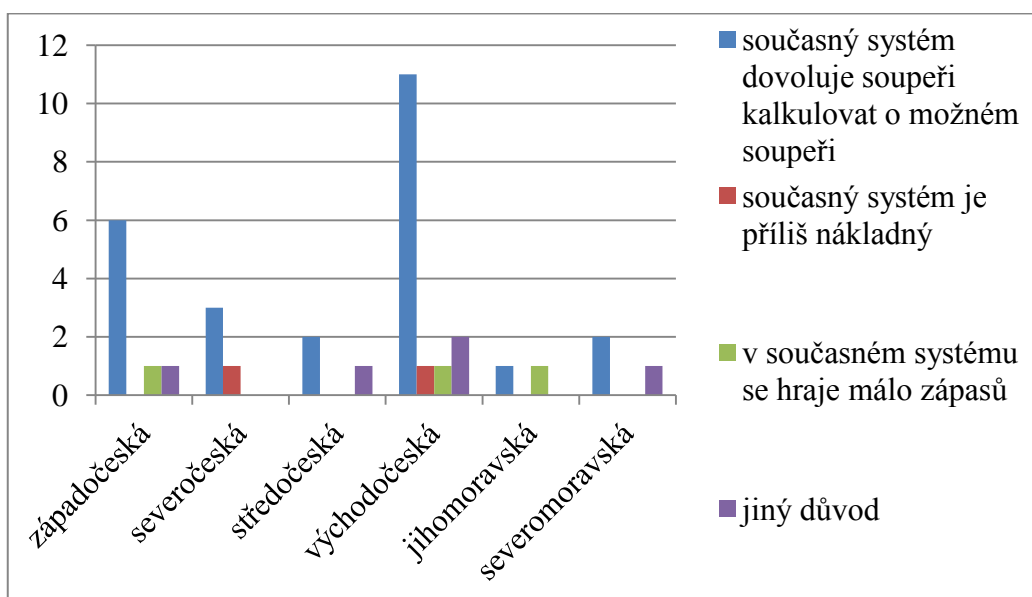
Změnil/a bych systém současného play-off, protože:



Graf č. 9: Grafické znázornění důvodů pro změnu systému play-off rozdělené na muže a ženy.



Graf č. 10: Grafické znázornění důvodů pro změnu systému play-off rozdělené podle věku respondentů.



Graf č. 11: Grafické znázornění důvodů pro změnu systému play-off rozdělené podle oblasti působení.

Z 50 respondentů je 35 pro změnu systému play-off a to hlavně proto, že současný systém dovoluje týmům kalkulovat o možném soupeři čtvrtfinálových utkání.

Jak je patrné z výše uvedených výsledků, výzkumu se zúčastnilo nejvíce respondentů z věkových skupin 18-30 a 30-40 shodně jak u mužů, tak také u žen.

Z pohledu národní házené se tak jedná o věkové rozmezí aktivních hráčů a hráček s herním potenciálem pro první ligu. Vzájemná shoda u mužů i žen z těchto kategorií panuje v názoru na zachování play-off. Podle těchto respondentů se jedná o atraktivní vrchol celé sezóny, který navíc umožňuje bojovat všem zúčastněným týmům o mistrovský pohár. Z geografického hlediska je pro zachování play-off nejvíce hlasujících z východočeské a západočeské oblasti, tj. z oblastí s nejvyššími počty zástupců účastníku prvních lig. Poněkud překvapující je silné zastoupení respondentů ze severočeské oblasti, která je celkově zastoupena pouze dvěma účastníky v první lize žen (Chomutov, Žatec). I tato skutečnost však potvrzuje zájem o play-off napříč všemi oblastmi bez rozdílu. I přes potvrzený fakt, že atraktivní zápasy play-off dokážou přilákat více diváků než v průběhu základní části, tak z pohledu respondentů nepatří možnost zvýšení návštěvnosti mezi hlavní atributy pro zachování play-off,

Z výsledků výzkumu je zřejmé, že zrušení play-off je pro hodně lidí znepokojivé a uvědomují si, že tak národní házená ztrácí na atraktivitě. Bez rozdílu pohlaví, věku i oblasti působení je pro mnohé zachování systému play-off důležité.

Podle respondentů by mohl nový herní systém vypadat takto:

- Play-off by měly hrát pouze první 4 týmy po základní části, protože horní část tabulky je velice vyrovnaná a tudíž by celky měly větší motivaci vyhrávat.
- Po základní části by se losovaly dvojice do play-off, aby nebylo možné kalkulovat o možném soupeři.
- K play-off by mělo být také play-out, pro zbývající týmy, aby hrály stejný počet zápasů.

5.3.3 Nový herní systém pro sezónu 2013/2014

V průběhu zpracovávání této práce došlo ke změně herního řádu pro sezónu 2013/2014. Původně byl v plánu herní systém pouze formou základní části, kde by se vítězem stalo družstvo umístěné na prvním místě. Argumentem pro tento herní systém byla špatná finanční situace většiny klubů a s tím spojené další náklady na případnou účast v play-off. O to větší bylo překvapení, když v průběhu měsíce dubna 2013 představila Sportovně technická komise výkonného výboru SNH nový herní systém pro první ligu mužů a žen pro sezónu 2013/2014.

Herní systém je rozdělen na základní část „A“ a základní část „B“

1. základní část „A“

- Hraje se podle tabulky pro 12 účastníků, 11 soutěžních kol a z toho 3 dvojkola.
- Hraje se systémem každý s každým dvoukolově.
- Po sehrání základní části „A“ budou družstva rozdělena na družstva na 1.-6. místě, která budou hrát o vítěze a na družstva na 7.-12. místě, která budou hrát o další umístění včetně sestupu do nižší soutěže.

2. základní část „B“

- Hraje se dle tabulky pro 5-6 účastníků.
- Hraje se systémem každý s každým dvoukolově.
- V základní části „B“ se družstvům do tabulky započítávají výsledky a skóre ze základní části „A“.
- Vítězem a Mistrem ČR se stane družstvo, které se umístí na 1. místě.
- Sestupujícími družstvy do nižší soutěže se stávají družstva, která se umístí na 11. a 12. místě.

Výhodou tohoto nového herního systému je určitě zvýšení atraktivity dlouhodobé části. Sezóna bude prodloužena pro všechny týmy bez rozdílu umístění a napomůže tak k získání větší herní praxe zejména mladším hráčům. Slabá stránka systému je vyšší ekonomická zátěž pro jednotlivé kluby spočívající jednak ve zvýšených nákladech na cestování a pořádání zápasů a souběžně také s vyššími příspěvky na rozhodčí.

Už tak špatná finanční situace některých klubů může způsobit znemožnění se přihlásit do této soutěže. Současně zde také hrozí, že některý z týmů získá již v průběhu soutěže velký náskok, čímž prakticky budou poslední utkání ztrácet na atraktivitě, protože o vítězi ligy již bude rozhodnuto.

Mnou navrhovaný herní systém by kombinoval dlouhodobou soutěž s nadstavbovým systémem play-off. Aby byla zachována atraktivita základní (dlouhodobé) části, zvýhodnila bych týmy na předních příčkách tabulky po této části, které by měli volbu svého soupeře pro čtvrtfinálová kola. To znamená, že družstvo, které skončí po základní části na prvním místě, by si zvolilo soupeře z první osmičky tabulky, následně by volilo družstvo na druhém místě a potom na třetím. Poslední dvojici by tvořily zbývající dva týmy. Výhodou tohoto systému je odměna pro vítěze základní části v podobě libovolného soupeře do čtvrtfinále. Zároveň by se eliminovala možnost spekulací o možném soupeři a vypouštění některých zápasů.

Souběžně s řešením vrcholových soutěží dospělých je však nutné také řešit otázku mládežnických soutěží. Z přílohy č. 9.6 je patrný nízký počet mládežnických družstev v rámci SNH. Tato skutečnost je velice alarmující, jelikož počet družstev v kategorii dospělých je více než dvojnásobný v porovnání se všemi mládežnickými kategoriemi (2672 vs. 5861). V některých oblastech je situace natolik tragická, že díky nízkému počtu dorosteneckých týmů odehrají hráči či hráčky pouze 3 utkání za půl sezóny (6 zápasů za sezónu). Takto nízký počet zápasů je nedostačující, protože právě v dorosteneckých složkách je potřeba získat co nejvíce herní praxe pro další zúročení v kategorii dospělých. Současně se také nemůžeme divit, že právě v dorosteneckých kategoriích dochází k velkému odlivu nadějných hráčů k jiným sportům, které dokážou nabídnout větší herní praxi a atraktivitu.

Jednou z možností, jak zatraktivnit národní házenou pro hráče a hráčky v dorosteneckých kategoriích, je zavedení dorosteneckých lig. Díky nedostatku finančních prostředků by celý koncept musel být nastaven tak, aby měl šanci nejenom na zavedení, ale také na přežití. Možnost zavedení dorostenecké ligy je zatím pouze ve fázi úvah, avšak v rámci zájmu o rozvoj národní házené by měla být tato myšlenka dále rozvíjena.

5.3.4 Další faktory atraktivity

Mezi další faktory atraktivity bezesporu patří vrcholné akce mládeže, to znamená Mistrovství a Poháry České republiky. V kategorii dospělých je vrcholem celé sezóny mezizemské utkání Čechy – Morava a vyhlášení nejlepšího házenkáře a házenkárky roku.

Právě mezizemské utkání Čechy - Morava v kategorii žen v současné době velice ztratilo na atraktivitě. Hlavním důvodem je nízká účast moravských družstev v první lize žen, kdy v současné době je Morava zastoupena pouze dvěma celky (SK Studénka a Sokol Rokytnice). V posledních letech, konkrétně od roku 2004 vždy zvítězilo družstvo Čech a to ve většině případů velkým rozdílem. Například v roce 2009 ženy Čech deklasovaly Moravu výsledkem 24:9. Výjimkou byl rok 2006, kdy se v kategorii žen hrálo utkání Východ - Západ, kdy zvítězil tým východu, za který hrály kromě hráček z Moravy, také hráčky z východních Čech. Výsledek byl 18:17, z čehož vyplývá, že průběh utkání byl velice vyrovnaný a tudíž mnohem atraktivnější než zápasy končící jednoznačným výsledkem, jako je to právě při zápasech Čechy – Morava.

O nejlepších národních házenkářích a házenkářkách roku rozhodují již od roku 1970 trenéři ligových družstev svým hodnocením. Vyhlášení výsledků ankety předchází poslednímu hracímu dni finálových bojů Českého poháru a zejména v posledním desetiletí má výbornou společenskou úroveň. Je totiž spojeno se slavnostním galavečerem NH, který doprovází bohatý a kvalitní kulturní program.

Od roku 1995 pořádá komise mládeže ve spolupráci s trenérskou radou a pod patronací některého ze sportovních klubů či jednot každoročně soustředění žactva v národní házené. Protože je o akci velký zájem, bylo soustředění rozděleno na starší a mladší žactvo s možností ročního překrývání. Na soustředění jsou pravidelně vybíráni zkušení a úspěšní trenéři mládeže s potřebnou kvalifikací.

Od šestnácti let se mládež může účastnit soustředění juniorů a juniorek.

6. ZÁVĚR

Národní házená, je ryze český sport, který se nikde jinde na světě neuvidí. V totalitním období byla odsunuta mezi „malé“ sporty a tím se vytratila z očí sportovní veřejnosti, sponzorů a také ztratila možnost vlastní propagace.

V dnešní době je národní házená opomíjena na úkor především těch sportů, které sem byly importovány ze zahraničí.

Aby se národní házená mohla zařadit mezi atraktivní a známé sporty, je potřeba celkově změnit marketingovou strategii a zapojit nové mladé lidi, kteří svou iniciativou pomohou národní házené k dalšímu rozvoji. Právě mladí lidé by mohli svou kreativitou a nápaditostí přispět k modernizaci celé struktury SNH a tím pomoci k celkovému zvýšení úrovně tohoto sportu.

V současné době také chybí dlouhodobá koncepce herního systému, kde téměř každým rokem dochází k jeho úpravě, čímž dochází k odlivu již tak nízkého počtu diváků. Z tohoto důvodu by měla být vytvořena organizační skupina, která připraví funkční a životaschopný návrh nového herního systému, který by byl platný pro několik následujících sezón. Tuto myšlenku podporuje také řada zástupců z jednotlivých oddílů, se kterými jsme měla možnost při tvorbě této práce hovořit.

Práce potvrdila skutečnost, že dochází k postupnému snižování členské základy zejména v mládežnických kategoriích. Z dlouhodobého hlediska se jedná z mého pohledu o kritický fakt, který pokud nebude řešen, mohl by být pro národní házenou fatálním. Naopak pozitivně vnímám účast hráčů podílejících se na mém výzkumu, kterým stávající situace, ve které se národní házená nachází, není lhostejná.

Věřím tomu, že moje práce bude přínosem pro zlepšení propagace, zlepšení finanční situace a zvýšení atraktivity národní házené. Byla by totiž škoda, aby sport s takovou tradicí a historií setrval na takové úrovni, na jaké je doposud nebo úplně zanikl.

7. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

ČÁSLAVOVÁ, E., 2009. *Management a marketing sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia. ISBN 978-80-7376-150-9.

NOVÁK, M., 2005. *100 – Národní házená*. Praha: Olympia.

NOVOTNÝ, J. *Ekonomika sportu*. 1. vyd. Praha: ISV - nakladatelství, 2000, 263 s. ISBN 80-858-6668-4.

SVĚTLÍK, J., 1994. *Marketing - Cesta k trhu*. 1.vyd. Zlín: EKKA. ISBN 80-900015-8-0.

TÁBORSKÝ, F., 2004. *Sportovní hry*. 1.vyd. Praha: Grada Publisching. ISBN 80-247-0875-2

Elektronické zdroje:

Finance a management. *Středoevropské centrum pro finance a management* [online]. 2005 [vid. 2013-03-02]. Dostupné z: <http://www.finance-management.cz/080vypisPojmu.php?X=SWOT+analyza&IdPojPass=59>

Historie házené. *Český svaz házené* [online]. 2009 [vid. 2013-02-19]. Dostupné z: <http://www.svaz.chf.cz/content.aspx?contentid=2693>

Historie národní házené. *Národní házená Miroslav* [online]. 2009 [vid. 2013-02-19]. Dostupné z: <http://www.hazena-miroslav.cz/historie-narodni-hazene/>

Svaz národní házené. [online]. 2005 [vid. 2013-02-19]. Dostupné z: <http://www.svaznarodnihazene.cz/slozka.asp?ID=1>

8. SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: A. Krištof, druhý zleva, nacvičuje v r. 1909 házenou

Obrázek č. 2: Čechy – Morava, Plzeň, 1944

Seznam grafů

- Graf č. 1: Graf znázorňuje procentuální poměr odpovědí podle oblasti působení respondentů.
- Graf č. 2: Graf znázorňuje procentuální poměr všech odpovědí.
- Graf č. 3: Grafické znázornění důvodů pro zachování play-off, rozdělené na muže a ženy.
- Graf č. 4: Grafické znázornění důvodů pro zachování play-off rozdělené podle věku respondentů.
- Graf č. 5: Grafické znázornění důvodů pro zachování play-off rozdělené podle oblasti působení respondentů.
- Graf č. 6: Grafické znázornění důvodů pro zrušení play-off, rozdělené na muže a ženy.
- Graf č. 7: Grafické znázornění důvodů pro zrušení play-off rozdělené podle věku respondentů.
- Graf č. 8: Grafické znázornění důvodů pro zrušení play-off rozdělené podle oblasti působení respondentů.
- Graf č. 9: Grafické znázornění důvodů pro změnu systému play-off rozdělené na muže a ženy.
- Graf č. 10: Grafické znázornění důvodů pro změnu systému play-off rozdělené podle věku respondentů.
- Graf č. 11: Grafické znázornění důvodů pro změnu systému play-off rozdělené podle oblasti působení.

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: SWOT analýza

Tabulka č. 2: Výňatek z rozvahy k 31.12. 2012

Tabulka č. 3: Výňatek z výkazu zisku a ztráty k 31.12. 2012

Tabulka č. 4: Vybrané nákladové položky rozpočtu pro rok 2013

Tabulka č. 5: Vybrané příjmové položky rozpočtu pro rok 2013

Tabulka č. 6: Hospodářský výsledek

9. PŘÍLOHY

9.1 Rozvaha

ROZVAHA

Datum: 9.4.2013
Uživatel: CSTV125
Firma: SVAZ NÁRODNÍ HÁZENÉ
K období: 31.12.2012 (1.1.2012 - 31.12.2012)
Kniha účtů: Pracovní kniha - 2012 (13)

Aktiva

Synt.	Anal.	Název	Zůstatek
13	1	Software	129 139,00
18	1	Drobný nehmotný majetek	12 000,00
22	1	Samostat.mov.věci - inventář (DHM)	127 605,60
28	1	Drobný dlouhodobý hmotný majetek (DDHM)	55 496,60
73	1	Oprávky k dlouhodobému nehmot.maj.	-129 139,00
78	1	Oprávky k DDNM	-12 000,00
82	1	Oprávky k inventáři	-127 605,60
88	1	Oprávky k DDHM	-55 496,60
211	1	Pokladna	581,00
211	2	Pokladna	11 650,00
221	1	účet u GECEB	695 986,17
221	11	termín.vklad u GECEB	63 937,75
311	1	Odběratelé	250 000,00
Celkem			1 022 154,92

Pasiva

Synt.	Anal.	Název	Zůstatek
321	1	Dodavatelé	22 794,08
333	1	Ostatní závazky vůči zaměstnancům	23 217,00
336	1	zdravotní pojištění	2 146,00
336	2	sociální pojištění	5 006,00
336	3	úrazové pojištění	268
342	1	Daň zálohová ze zúčtování mezd	1 125,00
342	2	Srážková daň z příjmů ze závislé č.	1 800,00
379	1	Jiné závazky	46 900,00
383	1	Výdaje příštích období	12 755,00
901	3	Vlastní jmění	615 128,27
Celkem			1 022 154,92

Zisk/Ztráta	291 015,57
-------------	------------

9.2 Výkaz zisku a ztráty

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

Datum: 9.4.2013

Firma: SVAZ NÁRODNÍ HÁZENÉ

K období: 1.1.2012 - 31.12.2012 (1.1.2012 - 31.12.2012)

Kniha účtů: Pracovní kniha - 2012 (13)

Náklady

Synt.	Anal.	Název	Zůstatek
501		Spotřeba materiálu	130 436,00
501	11	Drobný mat. v tř. 0 (DDHM do 40 tis.)	1 400,00
501	21	Kancelářské potřeby	10 310,00
501	23	Drobný režijní materiál	1 923,00
501	31	Sportovní potřeby a materiál	42 690,00
501	61	medaile, diplomy, poháry - mládež	70 882,00
501	62	medaile, diplomy, poháry - dospělí	3 231,00
502		Spotřeba energie	12 800,42
502	1	Spotřeba el. energie	10 863,17
502	2	Spotřeba vody	1 937,25
511		Opravy a udržování	5 040,00
511	11	opravy a udržování	2 040,00
511	12	úpravy počítač. programu	3 000,00
512		Cestovné	1 226 481,00
512	31	cestovné lektorů VTJ + J	3 780,00
512	33	cestovné - příprava reprezentace	20 000,00
512	34	cestovné ostatní	7 413,00
512	41	cestovné - M+P ČR mládeže	491 316,00
512	42	cestovné - Superpohár mládeže	145 573,00
512	43	cestovné - kvalifikace žen	8 100,00
512	44	cestovné - ČP dospělých	23 384,00
512	45	cestovné - mezizemská utkání	8 970,00
512	61	cestovné - škol. rozhod. + trenérů	2 970,00
512	65	cestovné VH SNH	50 415,00
512	511	cestovné, stravné - VV SNH	119 347,00
512	512	cestovné, stravné - komise SNH	63 547,00
512	513	cestovné, stravné - aktivity komisí	28 938,00
512	514	cestovné, stravné - tisk. besedy	1 763,00
512	524	nocležné semin. trenérů mládeže	7 001,00
512	526	nocležné - VTJ + J	90 696,00
512	527	nocležné - mezizemská utkání	16 359,00

512	532	stravování - ligový sem.rozhod.+ tren.	55 609,00
512	533	stravování - semin.trenérů mládeže	7 553,00
512	536	stravování - VH SNH	2 456,00
512	538	stravování - mezizem.utkání	16 022,00
512	539	stravování - příprava reprez.	55 269,00
513		Náklady na reprezentaci	880
513	22	dárky - péče o členy	880
518		Ostatní služby	1 099 569,98
518	21	nájemné - kancelář,sklad	58 905,36
518	24	nájemné aktivity + semináře	3 060,00
518	26	nájemné sportovišť - mládež,dospělí	49 000,00
518	31	poštovné	7 139,00
518	32	telefonní poplatky	19 883,56
518	33	poplatky za mobilní telefony	45 291,56
518	34	připojení na Internet	2 880,00
518	61	registrace	5 346,00
518	71	praní dresů Č-M, VTJ	2 700,00
518	72	Ostatní služby	54 439,00
518	73	Náhrady rozhodčím při soutěžích	846 068,50
518	75	kopírování	4 857,00
521		Mzdové náklady	204 191,00
521	11	Mzdy	192 191,00
521	22	DPP	12 000,00
524		Zákonné sociální pojištění	66 421,00
524	1	Zákonné zdravotní pojištění	17 297,00
524	2	Zákonné sociální pojištění	48 048,00
524	3	Zákonné úrazové pojištění	1 076,00
549		Jiné ostatní náklady	52 878,00
549	11	Bankovní výlohy - poplatky	10 383,00
549	21	Pojistné majetku	4 495,00
549	40	Ostatní náklady	38 000,00
581		Poskyt.příspěv. zúčt. mezi org. složkami	1 018 100,00
581	1	příspěvky oddílům NH	1 018 100,00
Celkem			3 816 797,40

Výnosy

Synt.	Anal.	Název	Zůstatek
644		Úroky	44 958,25
644	11	Úroky z běžného účtu	44 887,59
644	12	Úroky z termín.vkladu	70,66
649		Jiné ostatní výnosy	1 283 874,00
649	1	Výnosy ze soutěží ,školení,seminářů	358 565,00
649	2	Výnosy ze sport. přípravy	72 200,00
649	3	Výnosy - rozhodčí	703 091,00

649	10	Haléřové vyrovnání	18
649	50	zdaňované výnosy - reklama	150 000,00
654		Tržby z prodeje materiálu	21 606,00
654	1	Tržby z prodeje materiálu	21 606,00
682		Přijaté příspěvky	466 401,39
682	1	Přijaté příspěvky - fond ČSTV 2012	466 401,39
684		Přijaté členské příspěvky	773 573,33
684	1	Přijaté členské příspěvky	773 573,33
691		Provozní dotace	1 517 400,00
691	3	Dotace MŠMT III. sport pro všechny	100 000,00
691	4	Dotace MŠMT IV - údržba	817 400,00
691	5	Dotace Plzeňský kraj 2012	50 000,00
691	6	Dotace MŠMT 2012	550 000,00
Celkem			4 107 812,97

9.3 Rozpočet

Schválený návrh rozpočtu pro rok 2013

SNH- nákladové položky rozpočtu 2013				
		skutečnost	rozpočet	Skutečnost
FŘ SNH	název výdaje	2012	2013	2013
1	personální náklady	0,00	283 200,00	
11	mzdy - pojištění	0,00	0,00	0,00
12+13	DPP - DPC	0,00	281 200,00	0,00
14	ostatní osobní náklady	0,00	2 000,00	0,00
2	telefony	0,00	50 000,00	0,00
3	služby	0,00	27 000,00	0,00
31	rozmnožovna	0,00	5 000,00	0,00
32	kancel. potřeby	0,00	4 500,00	0,00
33	poštovné	0,00	7 500,00	0,00
34	poplatky bankám	0,00	10 000,00	0,00
4	zařízení	0,00	9 500,00	0,00
41	nákup	0,00	5 000,00	0,00
42	opravy	0,00	2 000,00	0,00
43	počítačové progr.	0,00	2 500,00	0,00
5	sekretariát	0,00	120 000,00	0,00
51	nájmy a služby	0,00	100 000,00	0,00
52	pojištění majetku	0,00	2 500,00	0,00
53	správa WWW stránek	0,00	6 000,00	0,00
54	ostatní náklady SE	0,00	1 500,00	0,00
6	registrace	0,00	5 000,00	0,00
7	péče o členy	0,00	2 500,00	0,00
8	výstroj	0,00	6 000,00	0,00
81	nákup	0,00	2 000,00	0,00
82	opravy, praní	0,00	4 000,00	0,00

9	propagace	0,00	5 000,00	0,00
10	daně státu od SNH	0,00	0,00	0,00
11	schůze VV+rozšířené	0,00	95 000,00	0,00
12	schůze hnutí	0,00	90 000,00	0,00
121	VH SNH	0,00	75 000,00	0,00
122	Oslavy-Čechy-Morava	0,00	15 000,00	0,00
13	schůze komisí	0,00	54 000,00	0,00
131	DR SNH	0,00	12 000,00	0,00
132	TR SNH	0,00	15 000,00	0,00
133	HK SNH	0,00	15 000,00	0,00
134	KM SNH	0,00	12 000,00	0,00
135	L-MÚ	0,00	0,00	0,00
14	schůze komisí	0,00	30 000,00	0,00
141	STK SNH	0,00	16 000,00	0,00
142	KR SNH	0,00	14 000,00	0,00
15	schůze komisí	0,00	30 000,00	0,00
151	OK + úseky SNH	0,00	10 000,00	0,00
152	RR + ostatní	0,00	0,00	0,00
153	všechny aktivity komisí	0,00	20 000,00	0,00
16	Časopis Házenkář	0,00	0,00	0,00
17	met.materiály, tiskopisy	0,00	60 000,00	0,00
18	ligové semináře	0,00	75 000,00	0,00
181	rozhodčí	0,00	45 000,00	0,00
182	trenéři lig. odd. SNH+mlad.	0,00	30 000,00	0,00
19	školení,semin. tren.	0,00	0,00	0,00
20	školení,semin. rozh.	0,00	0,00	0,00
21	VTJ + J	0,00	95 000,00	0,00
211	náklady	0,00	90 000,00	0,00
212	úhrada fyz. osobou	0,00	0,00	0,00
213	úhrada rez. Fondem	0,00	0,00	0,00
22	lig.rozhodčí a delegáti	0,00	772 000,00	0,00
221	delegát lig. utkání	0,00	40 000,00	0,00
222 (31)	rozhodčím vyplac.liga	0,00	732 000,00	0,00
23	soutěže mládeže	0,00	547 000,00	0,00
231	M ČR	0,00	220 000,00	0,00
232	P ČR	0,00	175 000,00	0,00
233	dotace OSK za MaP ČR	0,00	9 000,00	0,00
234	ZHP ČR - finále	0,00	100 000,00	0,00
235	ZHP ČR - OSK	0,00	43 000,00	0,00
	ZHP CE/K DOTACI/OST.	0,00	0,00	0,00
24	kvalifikace žen	0,00	5 000,00	0,00
25	ČP - dospělých fin.	0,00	45 000,00	0,00
26	soutěže dospělých	0,00	155 000,00	0,00
261	Č - M dospělých	0,00	115 000,00	0,00
262	Z - V dospělých	0,00	0,00	0,00

263	příprava výběrů	0,00	40 000,00	0,00
27	Házenkář roku	0,00	30 000,00	0,00
28	dotace OSK - činnost	0,00	217 800,00	0,00
29	dotace oddílům	0,00	927 600,00	0,00
291	předešlé roky	0,00	34 600,00	0,00
292	aktuální rok	0,00	893 000,00	0,00
	CE - Náklady	0,00	3 736 600,00	0,00

SNH- příjmové položky rozpočtu 2013				
		skutečnost	rozpočet	Skutečnost
	název příjmy	2012	2013	0
30	SAZKA-MŠMT	0,00	1 350 000,00	0,00
301	mimořádné příjmy	0,00	250 000,00	0,00
302	dotace MŠMT-akce	0,00	1 100 000,00	0,00
31	ostatní příjmy	0,00	1 776 000,00	0,00
311	poplatky ostatní	0,00	45 000,00	0,00
312	poplatky - rozhodčí liga	0,00	816 000,00	0,00
313	poplatky školení+semin.	0,00	65 000,00	0,00
314	úroky	0,00	15 000,00	0,00
315	VTJ + J	0,00	145 000,00	0,00
316	pokuty liga	0,00	160 000,00	0,00
317	pokuty ostatní	0,00	0,00	0,00
318	státní dotace progr. V	0,00	400 000,00	0,00
319	přestupy, hostování	0,00	80 000,00	0,00
31A	zdaňované příjmy	0,00	50 000,00	0,00
32	příspěvky z FŘ SNH	0,00	795 000,00	0,00
321	oddíly - ČOS, ATJ/SK	0,00	345 000,00	0,00
322	oddíly - ČSTV	0,00	450 000,00	0,00
	CE - Příjmy	0,00	3 921 000,00	0,00

		skutečnost	rozpočet	skutečnost
		2012	2013	2013
	CE - Náklady	0,00	3 736 600,00	0,00
	CE - Příjmy	0,00	3 921 000,00	0,00
	Hospodářský výsledek	0,00	184 400,00	0,00

9.4 Otevřený dopis

Otevřený dopis pana Václava Faifra z Nýřan, kde se vyjadřuje k situaci, která vznikla zrušením play-off. (Dopis je v původním znění, bez jakýchkoliv úprav)

O t e v ř e n ý d o p i s

Vv SNH a všem ligovým oddílům mužů a žen !

Je mi 79 let a prakticky celý svůj život (od svých 7 let až do dnešních dnů) jsem zasvětil našemu národnímu sportu, tj. národní házené. Po příchodu na Základní školu do Nýřan jsem začal shromažďovat mládež a poté jsem založil s kamarádem Jaroslavem Ježkem oddíl, tehdy české házené. Vybudovali jsme uprostřed města z močálovité louky u zdejší sokolovny hřiště. Samozřejmě písčité, poté škvárové, asfaltové a před 11 ti lety jsme otevřeli hřiště s umělým travnatým povrchem. Až do dnešních dnů se nám postupně podařilo získat celkem 2,5 mil. korun. V posledních letech jsme pak vybudovali tribunu pro 300 sedících diváků v přibližné hodnotě milionu Kč. Tyto peníze jsme však museli také sehnat! To jenom úvodem tohoto otevřeného dopisu a byl bych rád, abyste to nechápali jako vychloubání, ale jako prostý fakt. Tento úvod by měl ukázat hlavně těm, kteří bědují, že nejsou peníze, a kteří je neumí sehnat, že to není nemožné. Tito lidé by měli nejlépe ze sportu odejít. Já vím, že je to tvrdé, ale to dnešní doba vyžaduje!

A nyní k tomu, proč jsem se rozhodl napsat tento otevřený dopis. Před několika lety se mi splnil sen, neboť jsem byl jedním z prvních, kteří volali po zavedení play-off v lize mužů a žen. Tento hrací systém mají (vyjma fotbalu) zavedeny všechny kolektivní sporty. Důvody jsou atraktivnější hry, větší divácká návštěvnost na takovýchto utkáních a fakt, že o titul povětšinou bojují družstva na čele tabulek v dlouhodobé soutěži. V našem sportu se začalo s osmičkou postupujících družstev, po té se to omezilo na čtyřku, což bylo nejlepší, ale najednou se to vrátilo opět na osm družstev! Kdo tak rozhodl? Poslední Valná hromada to nebyla! Znovu opakuji, že play-off je pro diváky atraktivnější, přitažlivější. Příklad za vše - na finálovém utkání v Nýřanech mezi DIOSSem a Plzní-Újezdem bylo 900 diváků! Měl jsem velkou radost, že jsme se zařadili mezi sporty, které mají vlastní ME, MS a zároveň se zúčastní Olympijských her. Diváci byli nadšení, neboť viděli vrcholná utkání, kde šlo o mistrovský titul. Teď však jsem smutný, neboť VH svazu údajně - hlavně na popud moravských celků – se usnesla, že od sezony 2013/14 bude play-off zrušeno, a to z

finančních důvodů. Můj názor je však takový, že i hrací systém z minulého století nás také bude stát peníze! Takže ať celek, který nemá peníze, nehraje ani ligu! To můžeme za chvíli nalajnovat hranatá brankoviště, vzít šněrovací balon a budeme rázem v 70-tých letech minulého století, kdy jsme si navzájem vyjednávali předehrávání ligových utkání a „zblbli“ tak diváka do té míry, že téměř přestal chodit. Naše národní házená utrpěla Valnou hromadou K.O. a nebudu se divit, jestliže náš sport bude zařazen mezi takové sporty, jako jsou: šachy, psí spřežení, petang apod. Nemohu pochopit a nikdo z nás v Nýřanech, že mohla VH rozhodnout tak, jak rozhodla. Myslíme si, že kompetence v takovýchto případech by měla mít příslušná komise SNH, tak jako bylo nařízení o hracích plochách, které bylo nyní zmírněno, ne však zrušeno! Myslím si a jsem přesvědčen, že Ti, kteří zvedli na VH ruku pro zrušení play-off, náš sport poškodili, který se mohl stát opět atraktivní, jak pro mládež, tak pro dospělé i naše věrné příznivce. Myslím si také, že náš celek nebude předehrávat, a to hlavně kvůli našim divákům, kteří už v současném systému měli problémy se orientovat. Domnívám se, že nebude dlouho trvat a budou někteří volat i po zrušení ČP, který stojí také slušné peníze. Apeluji na všechny ty, kteří svým hlasováním na VH prosadili likvidaci play-off, aby si to znovu rozmysleli a v současné době se raději soustředili na získávání potřebných peněz.

Předkládám na závěr ještě k zamyšlení několik modelů, jak naši hru zatraktivnit:

1. Rozšířit dosavadní počet ligových celků na 14. Vždyť půl sezony je dva a půl měsíce a my tomu říkáme dlouhodobá soutěž!
2. Hodnoťme vítězství třemi body a při nerozhodném výsledku neprodlužujeme a střídáme každý 3 pokutové hody. Poražený získá 1 bod, vítěz 2 body viz hokej a na Plzeňsku fotbal.
3. Rozdělme 1.ligu na dvě části, část českou a moravskou, po šesti mužstvech v každé. Týmy by mezi sebou hráli dvoukolově na podzim i na jaře. Vítězové moravské a české skupiny by se po ukončení základní části utkali pohárově o Titul mistra ČR. A tímto by se ušetřilo mnoho finančních prostředků, které podle mnohých ligových týmů celkům chybí.
4. Podobný hrací systém, jak ho používá „handball“ úspěšně již druhým rokem. Na rozdíl od handbalu by do bojů o titul pokračovaly první 4 celky a do finálové skupiny by si přinesly všechny body získané základní části. Podobně by hrála poslední 4 mužstva o udržení a týmy na 5.-8. místě o umístění.

Tento otevřený dopis píše nejen vám SNH, ale rozesílám ho všem ligovým celkům mužů a žen. Přece zvednuté ruce na VH nemohou znamenat katastrofu našeho sportu a krok zpátky. Vždyť i televize nám naznačila, že ji nemáme co nabídnout, když nemáme ani play-off.

Diskutujme korektně, čestně a v zájmu rozvoje naší hry!

Všechny vás v oddílech zdravím a přeji mnoho sportovních úspěchů v roce 2013 !

Se sportovním pozdravem

Václav Faifr, TJ DIOSS Nýřany

9.5 Dotazník

1. Jste:

- a) muž
- b) žena

2. Je Vám:

- a) do 18 let
- b) 18 – 30 let
- c) 30 – 40 let
- d) 40 let a více

3. Národní házenou hraji v oblasti:

- a) západočeské
- b) severočeské
- c) středočeské
- d) východočeské
- e) jihomoravské
- f) severomoravské

4. Jste pro zachování play-off v národní házené?

Odpovězte jen na jednu ze zvolených variant.

4.1. ANO: Jsem pro zachování play-off, protože:

- a) je to atraktivní vrchol celé sezóny.
- b) všech 8 postupujících týmu může bojovat o medaile.
- c) zvyšuje návštěvnost fanoušků.
- d) jiný důvod.

4.2. NE: Nejsem pro zachování play-off, protože:

- a) tým, který je po základní části první, může skončit bez medaile.
- b) sezóna je zbytečně dlouhá.
- c) jsou s ním spojeny další náklady.
- d) jiný důvod.

Odpovídejte pouze v případě, že souhlasíte se zachováním play-off.

5. Změnil/a bych systém současného play-off, protože:

- a) současný systém dovoluje týmům kalkulovat o možném soupeři.
- b) současný systém je příliš nákladný.
- c) v současném systému se hraje příliš málo zápasů.
- d) jiný důvod.

Poznámky: (Sem můžete uvést případný návrh na změnu play-off, nebo jakékoliv připomínky.)

--

9.6 Počet registrovaných členů svazu národní házené

	národní házená ČSTV	národní házená ČOS	národní házená ATJ/SK
muži	3433	326	
ženy	1780	127	
dospělí	5213	453	195
dorostenci	495	49	
dorostenky	438	51	
žáci	561	103	
žákyně	704	138	
mládež	2198	341	133
celkem	7411	794	328
členů	8553		
počet oddílů	68	11	2
	81		